

**XIII**

POSTGRADUATE

**CONFERENCE**

MANAGEMENT, HOSPITALITY & TOURISM

**ESGHT | ISCAL 2022**

A decorative graphic on the left side of the page featuring three overlapping squares: a golden-yellow square at the top, a blue square below it, and a grey square at the bottom, all partially overlapping each other.

# BOOK OF ABSTRACTS

A solid dark blue square located on the right side of the page, with a thin horizontal line extending to the right from its right edge.

ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO, HOTELARIA E TURISMO

UNIVERSIDADE DO ALGARVE

CAMPUS DA PENHA- FARO | PORTUGAL | 8 JULY

## Bem-vindos à XIII Postgraduate Conference 2022 da ESGHT – Universidade do Algarve e do ISCAL do Instituto Politécnico de Lisboa



Neste livro vai encontrar os resumos dos conferencistas convidados e os resumos das sessões plenárias, seguidos pelos resumos das sessões paralelas apresentados por ordem alfabética do nome do autor que apresenta a comunicação.

Este ano a conferência vai funcionar pela primeira vez em sistema híbrido (presencial e videoconferência). Esperamos que todos consigam apresentar os seus trabalhos, independentemente do fuso horário. Embora o modelo de apresentação seja diferente do modelo utilizado nas doze edições anteriores, esperamos que este evento seja uma oportunidade de partilha de experiências de investigação e que contribua para estabelecer contactos com outros investigadores. Gostaríamos ainda de vos convidar a submeter os vossos artigos para eventual publicação em uma das três revistas associadas à conferência. Pode encontrar as normas para submissão de artigos nas respetivas páginas da Internet:

*Dos Algarves: A Multidisciplinary e-Journal* (<http://www.dosalgarves.com>)

*Tourism & Management Studies* (<http://www.tmstudies.net/>)

*Journal of Spatial and Organizational Dynamics (JSOD)* (<https://www.jsod-cieo.net/>).

*European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation (EJTHR)*  
(<https://content.sciendo.com/view/journals/ejthr/ejthr-overview.xml>).

Aproveite bem o dia!

A Organização da XIII Postgraduate Conference 2022

## Welcome to the XIII Postgraduate Conference 2022 ESGHT – University of the Algarve of the Polytechnic Institute of Lisbon!

In this booklet you will find brief CVs of the keynote speakers and the abstracts of the plenary sessions, followed by the abstracts for the parallel sessions listed in alphabetical order of the author's first name who is presenting the paper.

This year the conference will run on a hybrid system (face-to-face and videoconferencing system). We hope that everyone will be able to present their work, regardless of the time zone. Although the presentation model is different from the one used in the previous twelve editions, we hope this conference will enable you to share interdisciplinary and innovative postgraduate research and develop your networking opportunities by meeting other researchers. We would like to invite all participants to submit full papers for eventual publication in one of our three academic journals. You will find the guidelines for submission on the journal websites:

*Dos Algarves: A Multidisciplinary e-Journal* (<http://www.dosalgarves.com>)

*Tourism & Management Studies* (<http://www.tmstudies.net/>).

*Journal of Spatial and Organizational Dynamics (JSOD)* (<https://www.jsod-cieo.net/>).

*European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation (EJTHR)*  
(<https://content.sciendo.com/view/journals/ejthr/ejthr-overview.xml>).

Enjoy your stay in Faro!

The Organising Committee of the XIII Postgraduate Conference 2022

## Chairs

Ana Isabel Renda - ESGHT-UAlg

Margarida Santos – ESGHT-UAlg

## Comissão Organizadora | Organising Committee

Ana Paula Correia – ESGHT-UAlg

Carla Machado – ESGHT-UAlg

Fernando Miguel Seabra – ISCAP-IPL

Filipa Perdigão Ribeiro - ESGHT-UAlg

Francisco Domingos – ISCAL-IPL

Joaquim Contreiras - ESGHT-UAlg

Jorge Rodrigues – ISCAL-IPL

Maria Lurdes Varela - ESGHT-UAlg

Marisol Correia - ESGHT-UAlg

Nélson Matos – ESGHT-UAlg

Pedro Cascada - ESGHT-UAlg

Pedro Pinheiro - ISCAL-IPL

Rita Baleiro- ESGHT-UAlg

Telma Correia – ESGHT-UAlg

## Comissão Científica | Scientific Board

Alexandra Domingos - ISCAL/IPL

Ana Catarina Kaizeler - ISCAL/IPL

Ana Dias - ISCAL/IPL

Ana Isabel Renda - ESGHT/UAlg

Ana Paula Correia - ESGHT/UAlg

Ana Sotomayor - ISCAL/IPL

António Morgado - ISCAL/IPL

Carla Machado - ESGHT/UAlg

Carlos Monteiro – ESGHT/UAlg

Carlos Sousa - ESGHT/UAlg

Célia Ramos - ESGHT/UAlg

Célia Vicente - ISCAL/IPL

Fábio Albuquerque - ISCAL/IPL

Fernando Miguel Seabra - ISCAL/IPL

Fernando Perna – ESGHT/UAlg

Filipa Perdigão Ribeiro - ESGHT/UAlg

Francisco Domingos - ESGHT/UAlg

Joaquim Contreiras - ESGHT/UAlg

Jorge Rodrigues - ISCAL/IPL

José Luís Silva - ISCAL/IPL

Kate Torkington - ESGHT/UAlg

Margarida Santos - ESGHT/UAlg

Maria da Fé Brás - ESGHT/UAlg

Maria Lurdes Varela - ESGHT/UAlg

Marisol Correia - ESGHT/UAlg

Nelson Matos - ESGHT/UAlg

Paula Santos - ISCAL/IPL

Paulo Costa - ISCAL-IPL

Pedro Cascada - ESGHT/UAlg

Pedro Pinheiro - ISCAL/IPL

Rita Baleiro - ESGHT/UAlg

Rosária Pereira - ESGHT/UAlg

Sandra Rebelo - ESGHT/UAlg

Tânia Jesus - ISCAL/IPL

Telma Correia – ESGHT/UAlg

## Design web | Website design

Pedro Cascada | Marisol B. Correia

## Logótipo | Logo

Bruno Andrade

## Mês e Ano | Month and year

julho 2022

ISBN: 978-989-9127-02-9 |

DOI: <https://doi.org/10.34623/29dj-6553>

Handle *Sapientia*: <http://hdl.handle.net/10400.1/17919>



**FÁBIO ALBUQUERQUE** é Doutor em Economia Financeira e Contabilidade, mestre em Auditoria e licenciado em Contabilidade. É Professor Coordenador e Diretor do Mestrado em Contabilidade do Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa (ISCAL), no Instituto Politécnico de Lisboa, na área científica de Contabilidade e Auditoria. O Prof. Fábio Albuquerque trabalhou para diversas entidades nas áreas de contabilidade, relato e estatísticas, além de prestar consultoria empresarial e formação em normas nacionais e internacionais de contabilidade e relato financeiro. Tem participado em várias conferências e publicado diversos trabalhos científicos em contabilidade, auditoria, bem como noutras áreas científicas como a educação. Membro do conselho editorial e revisor de artigos de diversas revistas científicas nas áreas de contabilidade e relato.

**FÁBIO ALBUQUERQUE** has a Ph.D. in Financial Economics and Accounting, a master's degree in Auditing, and a bachelor's degree in Accounting. He is the Coordinator Professor and Director of the Master in Accounting at Lisbon Accounting and Business School (ISCAL) / Instituto Politécnico de Lisboa, Portugal, in the scientific area of Accounting and Auditing. Prof. Albuquerque worked for several entities in accounting, financial reporting, and statistics, in addition to providing business consulting and training on national and international accounting and financial reporting standards. His research has covered accounting and auditing, as well as other scientific areas such as education. Reviewer of several scientific journals in the accounting and reporting fields. Member of editorial boards of several scientific journals.



**HELENA REIS**, PhD in Tourism, a Professor at the School of Management, Hospitality and Tourism of Algarve University and a member of the Research Centre for Tourism, Sustainability and Well-being (CinTurs).

With a Masters in Women's Studies, her attentions relate to Consumer Behaviour, Gender and Tourism.

She published in Journal of Travel Research, Journal of Hospitality and Marketing Management, The International Journal of Tourism Policy, among others.

Her recent research interests connect to:

ASTROTURISM, a niche tourist product - nightscapes, perception of darkness, how are we attracted to night skies that are not possible to enjoy anymore due to extra lighting in the cities.

LUXURY – how individuals perceive Lux in general and in tourism offers: destinations; hotels/resorts and services

**HELENA REIS** tem um doutoramento internacional em Turismo pela Faculdade de Economia da UAlg e é membro do Centro de Investigação CinTurs (Research Centre for Tourism, Sustainability and Well-being).

Com um mestrado em Women's Studies (Sociologia), pela Universidade Aberta, Lisboa, os seus interesses centram-se nas Questões de Género, Comportamento do Consumidor e Turismo.

Tem artigos publicados nos Journal of Travel Research, Journal of Hospitality and Marketing Management, The International Journal of Tourism Policy, entre outros.

Os seus interesses mais recentes incidem sobre:

ASTROTURISM (como nicho de turismo) – paisagens noturnas, percepção da escuridão e silêncio em espaços abertos, fenómenos celestiais,

E no estudo do LUXO – como é que indivíduos percebem o Luxo, em geral ou a nível de produtos de turismo: destinos, hotéis e serviços.

### A MIX-METHOD APPROACH

HELENA REIS

Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo, Universidade do Algarve | Portugal

Having completed my PhD in Tourism just a few days away from turning 58, I would like to talk about the challenges I faced, but, above all, the immense satisfaction I felt along this journey, about all the knowledge I acquired on the way.

As my thesis consists of seven papers published in several journals, I will talk about the various methods I used for each paper and how I developed the work/data collection, and the results/conclusions I reached, hoping to be of help to the students who are now going through this process.

Tendo concluído o doutoramento em turismo a poucos dias de fazer 58 anos, gostaria de falar dos desafios com que lidei, mas, acima de tudo, da satisfação imensa que senti ao longo desta caminhada, com tudo o que fui aprendendo.

Sendo a minha tese composta por sete *papers* publicados em diversas revistas, irei falar dos vários métodos que usei para cada *paper* e como desenvolvi o trabalho /recolha de informação, e dos resultados/conclusões a que cheguei, esperando poder motivar os estudantes que se encontram agora a percorrer esse caminho.

---

### NOVOS CAMINHOS DE INVESTIGAÇÃO EM MATÉRIAS DE CONTABILIDADE E RELATO

FÁBIO ALBUQUERQUE

Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa (ISCAL), no Instituto Politécnico de Lisboa | Portugal

## Sessões paralelas | Parallel sessions

---

## OS IMPACTOS DO FORMATO DE APRESENTAÇÃO NO RELATO INTEGRADO SOBRE A EFICÁCIA E O TEMPO DE ANÁLISE DA INFORMAÇÃO (#20)



AGATHA MARTINS

Instituto Politécnico de Lisboa | Portugal | fhalbuquerque@iscal.ipl.pt \*

ALBERTINA RODRIGUES | FÁBIO ALBUQUERQUE\*

*\*corresponding author*

**Objetivos:** O estudo procura, por um lado, analisar se os diferentes formatos de apresentação da informação não financeira têm influência sobre a eficácia de análise e o tempo de interpretação da informação. A partir das evidências de Beattie e Jones (1992) e Tufte (1983), designadamente, propôs-se que o relato não financeiro suportado em imagens e gráficos melhora a eficácia da análise e reduz o tempo de interpretação da informação não financeira. Adicionalmente, procurou-se identificar os efeitos da complexidade de uma tarefa sobre a eficácia da análise dessa informação. Em linha, designadamente, com a proposta de Davis (1989), propôs-se uma relação inversamente proporcional entre os dois aspetos anteriormente referidos.

**Fundamentação teórica:** Encontram-se na literatura diversas linhas de pesquisa que procuram avaliar os diferentes aspetos comportamentais e físicos inerentes ao processo de análise da informação em função do formato de apresentação. Entre estas encontram-se as questões associadas com a forma de pesquisa, as respostas afetivas, o esforço cognitivo, as estratégias de impression management, a precisão da decisão, a satisfação, persuasão e memorização e, por fim, a fixação funcional. Outros estudos analisam os efeitos provenientes da complexidade da tarefa, a qual é dividida em duas complexidades diferentes: a complexidade relativa à informação e a complexidade relativa à pergunta.

**Metodologia:** Foram elaboradas diferentes versões de um questionário desenvolvido a partir de excertos de um relato integrado, posteriormente conduzidos a estudantes do segundo ciclo do ensino superior utilizados como proxy de investidores não profissionais. A seleção de estudantes para este efeito teve por base procedimento similar utilizado em distintos estudos de igual natureza, designadamente Chekkar et al. (2013) e Hussein et al. (2020), tendo em conta a dificuldade de acesso ao universo dos investidores não profissionais. Sessões em formato online com estudantes de dois anos letivos consecutivos (2020/2021 e 2021/2022) foram agendadas para efeitos de preenchimento do questionário, após uma breve explicação do seu conteúdo e estrutura. Testes não paramétricos do qui-quadrado, Mann-Whitney-U e Wilcoxon foram utilizados para o teste das diferentes hipóteses propostas.

**Resultados e discussão:** À luz dos resultados obtidos, a partir de 170 respostas, verificou-se que a utilização de gráficos não demonstrou ter um benefício claro na eficácia da informação não financeira. Adicionalmente, e relativamente aos resultados relativos ao tempo de interpretação, foi possível observar-se que, ao contrário do esperado, foram os respondentes com acesso a tabelas quem concluíram mais rapidamente o questionário. Por fim, independentemente do formato de apresentação, a variação da complexidade da tarefa a realizar por investidores não profissionais alterou pontualmente, de forma inversamente proporcional, a eficácia da análise de informação, seja por variação da complexidade da informação disponibilizada ou da pergunta efetuada.

**Conclusões e implicações da investigação:** Os resultados relativos ao menor tempo de interpretação e maior eficácia da tarefa, a partir da utilização de gráficos, contrariam manifestamente a maior parte das teorias e estudos desenvolvidos nesta área, ao que pese a existência de estudos que também apontam em sentido contrário. Em maior alinhamento com a literatura encontram-se, no entanto, as evidências em torno da maior eficácia da análise em função da menor complexidade da tarefa. Ao que pese as limitações deste estudo, associadas designadamente à amostra e à subjetividade associada as opções tomadas nas propostas de temas e formatos de apresentação propostos, espera-se que o estudo contribua para a literatura em torno da análise dos fatores que podem condicionar a tomada de decisão dos utilizadores com base na informação não financeira.

**Originalidade:** Este estudo apresenta como novidade a análise conjunta dos efeitos do formato de apresentação sobre o tempo de interpretação e da eficácia da análise da informação não financeira contida no relato integrado, sendo este último elemento também avaliado em função da complexidade da tarefa, que incorpora o binómio





informação-pergunta nessa definição. Não são conhecidos estudos que analisem, de forma combinada, o efeito de tais elementos (formato de apresentação e complexidade da tarefa) sobre os referidos outputs em simultâneo (eficácia da análise e tempo de interpretação).

**Palavras-chave:** complexidade da tarefa; formato de apresentação; informação não financeira; investidores não profissionais; tomada de decisão.

### Referências

Beattie, V. & Jones M. (1992). The use and abuse of graphs in annual reports: a theoretical framework and an empirical study. *Accounting and Business Research*, 22(88), 291-303.

Chekkar, R., Gillet-Monjarret, C. & Martinez, I. (2013). *Improving Performance Understanding with Visual Presentations: An Experimental Study*. Disponível em <https://doi.org/10.2139/ssrn.2226930>

Davis, L. R. (1989). Report format and the decision maker's task: An experimental investigation. *Accounting, Organizations and Society*, 14(5-6), 495-508.

Hussein, D., Adel, E., Elmougy, O., Fawzy, N., Hatem, N. & Elhakey, F. (2020). The influence of narrative disclosure readability, information ordering and graphical representations on non-professional investors' judgment: evidence from an emerging market. *Journal of Applied Accounting Research*, 22(1), 138-167.

Tufte, E. (1983). *The Visual Display of Quantitative Information*. (1ª ed.). Cheshire: Graphics Press.

AHMAD ABDOLLAHI

Faculty of Economics - University of Algarve | Portugal | ahmabdollahi@gmail.com

AZADEH FATEHI

**Aims:** The purpose of current study is to examine the relationship between stock price crash risk and CEO power in firms listed on the Tehran Stock Exchange during the years 2016 to 2020.

**Theoretical framework:** The crash risk is negatively related to the CEO power in the future for two reasons. First, the CEO power increases the crash risk (Liu et al., 2010). Second, the CEO power is associated with weak company results such as low market value, poor performance and low bond ratings (Korkeamäki, et al., 2017). In addition, the CEO's excessive power indicates a high level of corporate conflict. Hutton et al. (2009) believe that when company problems are severe, shareholders take corrective action to discipline managers. Hence, investors are expected to reduce the power of the CEO after stock crash price (Habib et al., 2018).

**Methods:** To measure the stock price crash risk, the CRASH criterion has been used based on the negative volatility of stock returns and to measure the CEO power, two indicators of ownership and duality of responsibility of the CEO have been used. To conduct this research, a sample consisting of 120 companies listed on the Tehran Stock Exchange was selected and the research hypotheses were tested using logistics regression models.

**Results and discussion:** The research findings show that there is no significant relationship between the stock price crash risk and the CEO power in the examined statistical population.

**Conclusions and research implications:** Our study has a number of practical implications for different stakeholder groups, especially shareholders. Our findings can help investors better understand the consequences of a fall risk and reciprocate their investment behavior after falling stock prices adapt. Based on the results, it can be suggested that companies and rational shareholders should limit or eliminate certain factors that have influenced the fall in stock prices. Therefore, the CEO power, which is one of the factors affecting the increase in the stock price crash risk, should be reduced after the fall of stock prices, and shareholders should take corrective measures to discipline the CEO.

**Originality /value:** Most recent research has focused on determinants of crash risk, but a few research has been devoted to examining the implications of stock price crash risk. Therefore, there is great potential for future research in the field of the consequences of the risk of collapse.

**Keywords:** stock price crash risk, CEO power, Iran

## References

- Habib, A., Hasan, M.M., Jiang, H. (2018). Stock price crash risk: review of the empirical literature. *Accounting & Finance*, 58 (51), 211–251.
- Hutton, A.P., Marcus, A.J., Tehranian, H. (2009). Opaque financial reports, R2, and crash risk. *Journal of Financial Economics*, 94 (1), 67–86.
- Korkeamaki, T., Lijebloom, E., Pasternack, D. (2017). CEO power and matching leverage preferences. *Journal of Corporate Finance*, 45, 19–30.
- Liu, Y., Jiraporn, P. (2010). The effect of CEO power on bond ratings and yields. *Journal of Empirical Finance*, 17 (4), 744–762.

## EXISTENCE OF AUDIT COMMITTEE AND ACCEPTANCE OF THE CITIZENSHIP'S PERSPECTIVE FOR THE COMPANY (#05)

AHMAD ABDOLLAHI

Faculty of Economics - University of Algarve | Portugal |ahmabdollahi@gmail.com

YASSER REZAEI PITENOEI | FATEMEH RIAHI

**Aims:** Societies benefit from the activities and behaviors of companies, and acceptance of the citizenship's perspective requires firms, as a member of the community, takes the responsibility of being accountable to the public. As an important component which influence investors' decision-making process, corporate social responsibility disclosure is expected to improve through applying corporate governance mechanisms. Accordingly, the present study sets out to investigate the impact of existence of audit committee, as an important corporate governance mechanism, on disclosure of corporate social responsibility.

**Theoretical framework:** Today, companies attempt to be accountable for participation in social responsibility issues, as well as their disclosure within the framework of corporate governance systems, as their long-term survival relies on attention to social and environmental affairs along with financial issues. Nevertheless, there have been concerns regarding the quality and quantity of CSR disclosure. According to Ball et al. (2000), managers benefit from social responsibility disclosure only to increase their own credibility, while Choi et al. (2013) believe that managers could use social responsibility disclosure strategically to hide their opportunities and behaviors. As such, a monitoring mechanism (e.g., audit committees) is required to improve the status of social responsibility disclosure. In fact, an audit committee is expected to monitor financial and nonfinancial statements as the representatives of a corporate board of directors to reduce the information asymmetry between the management and stakeholders as far as possible. The audit committee is established as a controlling mechanism to reduce the information asymmetry between the investors and other shareholders (Fakhari and Rezaei Pitenoeei, 2018). Audit committees efficiently monitor the methods of financial statements as they have sufficient power and varied specialties and inclinations to the exercise of optimal supervision, which eventually lead to CSR disclosures (Bedard et al., 2004). In this regard, Mangena and Tauringana (2007) reported a significant, positive association between an audit committee and voluntary disclosures. Audit committees could protect the interest of shareholders against opportunistic managers by improving the efficacy of the supervision process and increasing CSR disclosures. Therefore, an efficient audit committee is expected to influence the financial and non-financial disclosures of a corporation, including the CSR. With this background, the following research hypothesis was addressed:

H1: The presence of an audit committee improves CSR disclosures.

**Methods:** The research hypothesis was developed on a basis of a sample of 99 firms listed on the Tehran Stock Exchange during the years 2013-2018, and then was tested using multivariate regression model based on panel data. Notably, this period was selected since there was no requirement for establishing an audit committee by the companies before February 2013. In other words, a very small number of the companies had established an audit committee in the TSE before 2013.

**Results and discussion:** According to the obtained results, the presence of an audit committee could improve the CSR disclosures of the companies and corporate citizenship viewpoint. In addition, a significant association was observed with the presence of an audit committee after the approval of the internal control with the CSR. Our findings confirmed the importance of the supervisory role of corporate governance and the audit committee as a mechanism of corporate governance for the improvement of information transparency and reduction of corporate information asymmetry. We realized that an audit committee is a pillar of the company's internal control structure and has taken steps toward protecting the interests of various groups based on the accounting information of the company.

**Conclusions and research implications:** Effective audit committee, according to the obtained results, as an effective mechanism, causes improving the credibility of financial and non-financial reporting such as social responsibility disclosure. That is, effective audit committee can improve the level of voluntary disclosure of information like social responsibility disclosure through monitoring the reporting process.

**Originality/value:** Research findings, while expanding the theoretical literature on social accounting, it can help investors, capital market regulators, and other stakeholders better understand the impact of the audit committee on disclosing social responsibility and accepting corporate citizenship and provide useful information to investors and guide them in their decisions.

**Keywords:** Audit Committee, Corporate Social Responsibility Disclosure, Corporate Citizenship.

## References

- Ball, A., Owen, D.L. & Gray, R. (2000). External Transparency or Internal Capture? The Role of Third-Party Statements in Adding Value to Corporate Environmental Reports. *Business Strategy and the Environment*, 9(1), 1–23.
- Bedard, J. C., & Johnstone, K. M. (2004). Earnings manipulation risk, corporate governance risk, and auditors' planning and pricing decisions. *The Accounting Review*, 79(2), 277-304.
- Choi, B. B., Lee, D., & Psaros, J. (2013). An Analysis of Australian Company Carbon Emission Disclosures. *Pacific Accounting Review*, 25(1), 58–79.
- Fakhari, H., & Rezaei Pitenoey, Y. (2018). Impact of Audit committee on the Companies Information Environment. *Management Accounting*, 11(36), 63-79.
- Mangena, M. & Tauringana, V. (2007). Corporate Compliance with Non-Mandatory Statements of Best Practice: The Case of the ASB Statement on Interim Reports. *European Accounting Review*, 16(2), 399–427.

## ¿PUEDEN LAS PLATAFORMAS DE FORMACIÓN ONLINE EN GESTIÓN EMPRESARIAL IMPULSAR LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA? (#07)

AMPARO CASABLANCA PEÑA

Universidad de Sevilla | España | ampcaspen@alumn.us.es

RAFAEL DEL POZO BARAJAS | MARIANO AGUAYO CAMACHO | PEDRO R. PALOS SÁNCHEZ

**Objetivos:** El objetivo de este trabajo es analizar si las plataformas de formación online que ofrecen contenidos empresariales impulsan la intención emprendedora entre las personas que a través de ellas se forman. Así, este trabajo pretende poner en valor la importancia que tienen estas plataformas Elearning en el ecosistema emprendedor, formando parte de la educación empresarial y considerándola como uno de los instrumentos clave para impulsar y mejorar las tasas de emprendimiento.

**Marco teórico:** Las diferentes modalidades educativas que incluyen a la tecnología favorecen el aprendizaje flexible y llegan a personas de diferentes ámbitos y contextos, entre los que se encuentran las personas emprendedoras. Así, han surgido diferentes modelos e-learning que buscan integrar el uso de la tecnología en educación, mediante modernos avances tecnológicos en la formación empresarial, influyendo en el ecosistema emprendedor. De esta manera el crecimiento del uso de la tecnología a nivel global ha incitado a investigar los factores que influyen en la intención de emprender impulsada por el uso de las plataformas formativas y favorecidas por la globalización, la cultura digital y las tecnologías de información y comunicación.

**Métodos:** Se ha realizado una revisión sistemática de la literatura de las principales bases de datos (WOS y Scopus), identificando los artículos más relevantes y mostrando un resumen de todas las investigaciones publicadas en el periodo de diez años (2012-2022). Esta búsqueda ha permitido detectar los principales temas de la investigación existentes. Posteriormente se implementa un procedimiento de investigación mediante análisis empírico basado en dos elementos esenciales:

- Diseño de un cuestionario. Se realiza análisis factorial, integrando un conjunto de recursos considerados por diferentes hilos de investigación como explicativos de la intención y el comportamiento empresarial. Enviado a un total de 515 estudiantes de la plataforma de formación online en gestión y habilidades empresariales: <https://formaciononline.extremaduraempresarial.es>. 63% de encuestas respondidas, durante los meses de febrero a abril de 2022. Integrado por 21 preguntas con un total de 118 ítems.
- Análisis con método estadístico de procedimiento de regresión factorial/modelo de ecuaciones estructurales, que tiene la ventaja de no depender de ningún enfoque teórico. Se trata de analizar toda la información recogida a través de los ítems del cuestionario, agrupándolos en factores homogéneos.

**Resultados y discusión:** El estudio muestra que existe una relación directa en el uso de la tecnología a nivel formativo generando potencial emprendedor. Así el uso cada vez más frecuente de plataformas Elearning favorece el emprendimiento. Esta investigación desafía los resultados anteriores sobre los factores que impulsan la intención emprendedora mediante el uso de plataformas tecnológicas para incentivar el ecosistema emprendedor. Se han identificado los factores que generan resultados positivos para incrementar las tasas de emprendimiento.

**Conclusiones e implicaciones de la investigación:** Investigación es de gran interés para académicos e instituciones que esperan fortalecer sus conocimientos sobre la intención emprendedora impulsada por plataformas formativas y encontrar el camino histórico y los principales autores y cuestiones que contribuyen al conocimiento en este campo científico.

**Originalidad/valor:** La principal y novedosa aportación de esta investigación es tratar de aportar ideas con base empírica, mediante un análisis basado en datos, para el diseño de iniciativas con contenidos y pedagogías que mejoren y potencien la cultura y la educación emprendedora y profesionalicen la gestión empresarial de manera eficiente a través de herramientas formativas online.

**Palabras clave:** Plataforma emprendedora. Formación online. Encuesta.

## Referencias

- Chen, SC, Hsiao, HC, Chang, JC, Chou, CM, Chen, CP, & Shen, CH (2015). ¿Puede el curso de emprendimiento mejorar las intenciones emprendedoras de los estudiantes? *Revista de Gestión y Emprendimiento Internacional*, 11(3), 557-569.
- Gibb, A. A. (1987). Diseñar programas eficaces para fomentar el proceso de creación de empresas: lecciones de la experiencia del Reino Unido. *Revista de Formación Industrial Europea*, 11(4), 24-32.
- Liñán, F., Rodríguez-Cohard, J. C., & Rueda-Cantucho, J. M. (2011). Factores que afectan a los niveles de intención emprendedora: un papel para la educación. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), 195-218.
- Lobler, H. (2006). Aprender emprendimiento desde una perspectiva constructivista. *Análisis Tecnológico y Gestión Estratégica*, 18(1), 19-38.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarificar el constructor de orientación emprendedora y vincularlo al desempeño. *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172.

**Objetivos:** O objetivo genérico desta investigação passa por perceber qual o “estado da arte” I4.0 em Portugal, caracterizando a indústria portuguesa quanto ao nível da implementação do conceito “Indústria 4.0”, existindo ainda objetivos específicos que consistem em: 1) perceber se a digitalização está considerada na estratégia organizacional; 2) identificar as principais barreiras para uma válida adoção da tecnologia; 3) entender qual o impacto expectável da implementação de ações I4.0; 4) perceber como podem as empresas industriais portuguesas proceder a uma correta análise do seu “ser digital”.

**Fundamentação teórica:** A Indústria 4.0, pretende transformar as empresas em organizações mais eficientes e produtivas, através da implementação de tecnologias baseadas no digital e nos sistemas inteligentes. A presente investigação analisou as dimensões da implementação do conceito I4.0 em Portugal, assente nos pressupostos teóricos dos estudos de 1) Gouveia et al.(2019) relativamente ao índice de maturidade digital das empresas portuguesas; 2) Kiel et al (2018) sobre a integração da estratégia digital na estratégia das organizações; 3) Glass et al (2018) relativamente às barreiras identificadas no processo I4.0; 4) Erol et al (2016) quanto aos impactos percebidos; e 5) Felch et al (2019) que apresentam formas de avaliação do nível digital das empresas.

**Metodologia:** A metodologia utilizada seguiu uma abordagem qualitativa, baseada numa extensa análise de conteúdo a 18 entrevistas efetuadas a quadros industriais com funções de Direção e/ou Administração.

**Resultados e discussão:** Da investigação, sobressai o facto de não se verificar uma visão integrada do conceito I4.0 no seio da indústria portuguesa, existindo ações pontuais e restritas a certos departamentos que visam a implementação do conceito nas suas organizações. Apresentam-se como principais barreiras, o nível de investimento necessário e a gestão da mudança. Quanto aos benefícios, são relevados aumentos de produtividade e a diminuição de erros no processo. Atesta-se a disponibilidade dos atores industriais para aplicação de ferramentas de autoavaliação. Estes resultados estão em linha com as conclusões dos estudos que serviram de suporte à presente investigação.

**Conclusões e implicações da investigação:** Esta investigação conclui que: 1) 89% das organizações participantes apresentam iniciativas I4.0; 2) relativamente à introdução do digital na estratégia da empresa, é perceptível a falha na visão integradora desejada; 3) as barreiras maioritariamente mencionadas são de índole humana, destacando-se a resistência à mudança, o envolvimento da gestão de topo, a readequação de funções e a aquisição de competências digitais, existindo ainda aspetos económicos, relacionados com o investimento necessário, o acesso ao financiamento e a viabilidade económica do processo; 4) o melhoramento dos indicadores operacionais, o crescente nível do controlo do processo, o aumento de produtividade e a disponibilização de informação permanente e imediata, são impactos referidos; 5) existe disponibilidade para a aplicação de ferramentas de autoavaliação da sua maturidade digital. Pretendeu-se contribuir para a clarificação do processo de implementação I4.0 em Portugal, apresentando, discutindo e analisando questões relacionadas com a estratégia digital, com as barreiras existentes, com os impactos sentidos, e com as ferramentas que aferem o nível de maturidade digital das empresas.

**Originalidade:** Este é o primeiro estudo sobre a implementação da Indústria 4.0 em Portugal exclusivamente levado a cabo dentro da Academia.

**Palavras-chave:** Indústria 4.0, Inovação, Mudança Tecnológica, Adaptação, Impacto Tecnológico.

## Referências

- Erol, S., Jäger, A., Hold, P., Ott, K., & Sihm, W. (2016). Tangible Industry 4.0: A Scenario-Based Approach to Learning for the Future of Production. *Procedia CIRP*, 54, 13–18. <https://doi.org/10.1016/j.procir.2016.03.162>
- Felch, V., Asdecker, B., & Sucky, E. (2019). Maturity models in the age of industry 4.0 - Do the available models correspond to the needs of business practice? *Proceedings of the Annual Hawaii International Conference on System Sciences, 2019-January*(January), 5165–5174. <https://doi.org/10.24251/hicss.2019.620>
- Glass, R., Meissner, A., Gebauer, C., Stürmer, S., & Metternich, J. (2018). Identifying the barriers to Industrie 4.0. *Procedia CIRP*, 72, 985–988. <https://doi.org/10.1016/j.procir.2018.03.187>
- Gouveia, H., Castro, H., Carvalho, A., Duarte, M. H., Gill, C., Varum, C., & Teixeira, L. (2019). Avaliação da Maturidade i4.0 de Empresas Nacionais - Resultados do estudo SHIFTo4.0. 1–66. <https://www.iapmei.pt/getattachment/PRODUTOS-E-SERVICOS/Assistencia-Tecnica-e-Formacao/Ferramentas/SHIFT-to-4-0/Relatorio-do-Projeto-Piloto-SHIFT-to-4-0.pdf.aspx>
- Veile, J. W., Kiel, D., Müller, J. M., & Voigt, K. I. (2020). Lessons learned from Industry 4.0 implementation in the German manufacturing industry. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 31(5), 977–997. <https://doi.org/10.1108/JMTM-08-2018-0270>



## OS FATORES EXPLICATIVOS DA DIVULGAÇÃO DA TAXA DE DESCONTO: ANÁLISE ÀS ENTIDADES COTADAS EM PORTUGAL (#19)

ASSUNÇÃO MIGUEL

ISCAL - Instituto Politécnico de Lisboa | Portugal | fhalbuquerque@iscal.ipl.pt\*

Fábio Albuquerque\*

\*corresponding author

**Objetivos:** This paper aims to identify the explanatory factors of mandatory and voluntary disclosure levels related to discount rates, based on disclosure theories.

**Fundamentação teórica:** The size, leverage, profitability, and audit firms were selected from different theories, namely agency theory (Ross, 1973; Tsalavoutas, 2011), signalling theory (Ross, 1973; Tsalavoutas, 2011), positive accounting theory, including the political cost hypothesis (Watts & Zimmerman, 1978; Tsalavoutas, 2011), and the cost of capital theory (Diamond & Verrecchia, 1991; Tsalavoutas, 2011). Furthermore, the materiality (weight of the items) and the relevance (nature) of the topic were also considered, based on the evidence already obtained in the literature.

**Metodologia:** The study uses the method of archival research and content analysis of consolidated reports and accounts for the year 2020 of listed entities in Euronext Lisbon. A multivariate analysis, using linear regression models, were developed with the objective of responding to the formulated hypotheses. Mandatory and voluntary disclosures regarding discount rates used in the measurement of present value for the determination of current value were identified as dependent variables. They were obtained through the content provided, implicitly or explicitly, in the four standards identified by the IASB (2019) as more relevant in this context, which were selected as the object of this research. More specifically, the study will focus on the items related to this topic that can be totally or partially found in four standards, namely IFRS 13 – Fair Value Measurement, IAS 19 – Employee Benefits, IAS 36 – Impairment of Assets, and IAS 37 – Provisions, Contingent Liabilities, and Contingent Assets. Regarding the independent variables, the size of the entity, leverage, profitability, and the type of auditor were identified as explanatory factors. Additionally, considering the evidence obtained in the literature on the subject, the materiality (the weight) of the items under assessment and relevance (the nature) of the topic (IAS/IFRS) related to the disclosure of the discount rate were also considered.

**Resultados e discussão:** This paper finds a positive association between disclosures related to discount rates and the entity's size, as well as the materiality and the relevance, assessed by the weight of the items and the nature of the topic under assessment, respectively. It adds new explanatory factors on the voluntary and mandatory disclosures related to discount rates in a broader perspective of analysis.

**Conclusões e implicações da investigação:** The use of the discount rate has been assuming growing importance within financial reporting. Therefore, this topic should deserve particular attention from international standard-setting bodies. The understanding of the proper set of items to be disclosed and understanding the factors that explain its disclosure, aligned with the efforts to assure its compliance by legal authorities, may contribute to reducing asymmetries and increasing transparency in entities' financial reporting.

**Originalidade:** Research on disclosures related to discount rates has been assessed either as an incidental topic or from a limited-scope analysis, particularly with respect to mandatory disclosures. This paper assesses this topic as its specific object of analysis for both mandatory and voluntary disclosures.

**Palavras-chave:** disclosures, listed entities, explanatory factors, discount rates, present value.

### Referências

- Diamond, D., & Verrecchia, R. (1991). Disclosure, Liquidity, and the Cost of Capital. *The Journal of Finance*, 46(4), 1325-1359. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/2328861>
- IASB (2019). *Discount Rates in IFRS Standards*. London: IFRS Foundation. <https://www.ifrs.org/content/dam/ifrs/project/discount-rates/project-summary.pdf>
- Ross, S. (1973). The Economic Theory of Agency: The Principal's Problem. *The American Economic Review*, 63(2), 134-139. <https://www.jstor.org/stable/1817064>
- Tsalavoutas, I. (2011). Transition to IFRS and compliance with mandatory disclosure requirements: What is the signal? *Advances in Accounting*, 27(2), 390-405. <https://doi.org/10.1016/j.adiac.2011.08.006>
- Watts, R., & Zimmerman, J. (1978). Towards a positive theory of the determination of accounting standards. *The Accounting Review*, 53(1), 112-134. <https://www.jstor.org/stable/245729>

BEATRIZ GONÇALVES

School of Economics - University of Algarve | Portugal | bagoncalves@ualg.pt

LUÍS COELHO | PATRÍCIA PINTO

**Aims:** This paper aims to discuss the impact of Earnings Management (EM) practices in the hospitality industry and identify several research gaps to be investigated in future research.

**Theoretical framework:** Agency theory is the main theoretical foundation that helps explain firms' EM practices (Walker, 2013). Ownership and control are often apart in most companies, which gives rise to conflicts of interests between shareholders and managers. In fact, managers may maximise their utility at the expense of shareholders, which results in agency costs (Jensen & Meckling, 1976). Therefore, managers may have an incentive to manipulate earnings to present a favourable picture of the company's financial position to shareholders while maximising their own self-interest.

**Methods:** The paper is a systematic literature review of the literature (Tranfield et al., 2003). This paper first searches for the relevant keywords via a bibliometric analysis. Next, keywords are combined into search strings and applied in the following databases: EBSCO host, Web of Science and SCOPUS. Papers are excluded based on their language, publication sources and subject. Also, papers are included if they properly define the research questions, sample and methodology and contribute to existing knowledge on EM in the hospitality industry.

**Results and discussion:** The earnings management topic has been widely studied in the last two decades. Yet, research on this area within the hospitality industry appears to be scarce. In fact, this systematic review finds only 15 academic manuscripts published between 2004 and 2021. Among the studies reviewed, around 40% focus on the European continent, almost all neglect the analysis of crisis periods and only 13% specifically study unlisted companies, which are dominant in this sector. Furthermore, the literature on EM within the hospitality industry focuses on three perspectives: earnings management, earnings quality, and earnings benchmarks, which are measured through several proxies. This SLR also reveals several issues to explore in future investigations. For instance, little is known about the EM practices of unlisted hotel firms, its determinants or how the COVID-19 pandemic impacted such practices.

**Conclusions and research implications:** Regardless of the perspective and technique applied, there is evidence that hospitality managers resort to earnings management opportunistically through several techniques. Since EM reduces the quality of financial reporting, these practices are a problem for investors, auditors, regulators and other stakeholders, who must rely on earnings disclosure to make decisions. Furthermore, given the massive internationalisation process, the strong attractiveness for capturing national and foreign investment, and the hospitality industry's revenue-generating capacity, total transparency regarding companies' operations and financial situation is desirable.

**Originality/value:** As Bisogno and Donatella (2021) and Manes-Rossi et al. (2020) emphasise, a research field is typically not mature when most of the empirical work is done without drawing on existing theory. This systematic review's results thus clearly support the notion that research on EM in the hospitality industry is still at an early stage of development. This is the first study to systematically review hospitality managers' behaviour regarding earnings manipulation. Moreover, the hospitality industry is a sector of particular interest for researchers and practitioners.

**Keywords:** Hospitality industry, Earnings Management, Systematic Literature Review, Accounting quality

## References

- Bisogno, M., & Donatella, P. (2021). Earnings management in public-sector organizations: a structured literature review. *Journal of Public Budgeting, Accounting & Financial Management*, 34(6), 1–25. <https://doi.org/10.1108/JPBAFM-03-2021-0035>
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305–360. [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(76\)90026-X](https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X)
- Manes-Rossi, F., Nicolò, G., & Argento, D. (2020). Non-financial reporting formats in public sector organizations: a structured literature review. *Journal of Public Budgeting, Accounting and Financial Management*, 32(4), 639–669. <https://doi.org/10.1108/JPBAFM-03-2020-0037>
- Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review. *British Journal of Management*, 14(3), 207–222. <http://gateway.isiknowledge.com/gateway/Gateway.cgi?&GWVersion=2&SrcAuth=EBSCO&SrcApp=EDS&DestLinkType=CitingArticles&KeyUT=000185800500002&DestApp=WOS>
- Walker, M. (2013). How far can we trust earnings numbers? What research tells us about earnings management. *Accounting and Business Research*, 43(4), 445–481. <https://doi.org/10.1080/00014788.2013.785823>

CARINA JESUS

Faculdade de Economia - Universidade do Algarve | Portugal | crjesus@ualg.pt

**Objetivos:** O objetivo da comunicação é explorar a literatura existente sobre a resiliência empresarial no setor do turismo europeu, fortemente afetado pela pandemia, no sentido de compreender os conceitos base da resiliência empresarial, potenciais medidas de resiliência e identificar eventuais tópicos inexplorados na literatura. Esta investigação pretende dar resposta às seguintes questões: Quais as características que determinam a capacidade de sobrevivência das empresas do setor do turismo na Europa a um evento disruptivo global, tal como uma pandemia ou um conflito armado? Que atributos devem as empresas procurar melhorar para aumentar a sua resiliência?

**Fundamentação teórica:** Os dados divulgados pela Organização Mundial do Turismo (2022) indicam que o turismo europeu, em 2021, se manteve 62% abaixo do nível verificado em 2019, mesmo tendo verificado uma recuperação na ordem dos 19% em 2021. Sendo a Europa frequentemente referida como o “principal destino turístico do mundo” (Comissão Europeia, 2021), em que o setor do turismo é de particular importância, representando 10,3% do seu PIB (Pernice, 2021), o objetivo desta investigação prende-se com a identificação de características que influenciam a sobrevivência e o desempenho das empresas do setor turístico europeu durante eventos disruptivos, como uma pandemia ou um conflito bélico, dotando os gestores do conhecimento necessário para tornar as empresas mais resilientes no futuro. Estudos recentes indicam que o desempenho das empresas do setor do turismo durante a pandemia foi afetado de modos distintos, com algumas empresas a registar uma melhoria no seu desempenho (Kaczmarek, Perez, Demir e Zaremba, 2021), o que levanta a seguinte questão: o que as distingue das restantes?

**Metodologia:** A metodologia utilizada é a revisão exploratória da literatura (scoping study), de acordo com o proposto por Arksey e O’Malley (2005), consistindo na definição da questão de estudo, identificação de literatura relevante, seleção da amostra, síntese e discussão dos resultados.

**Resultados e discussão:** Apesar da atual relevância do tema, conclui-se que a investigação sobre o tema da resiliência empresarial se encontra ainda bastante dispersa, quer em termos de definições, quer de indicadores de resiliência propostos. No que respeita ao setor do turismo em particular, objeto desta investigação, a literatura é ainda escassa, o que representa uma oportunidade de investigação futura.

**Conclusões e implicações da investigação:** A presente investigação conclui pela existência de escassa literatura no campo da resiliência empresarial no setor do turismo, em particular no que respeita a indicadores que permitam quantificar o nível de resiliência das empresas e identificar os seus fatores determinantes. Esta conclusão apresenta implicações do ponto de vista da investigação, na medida em que aponta a necessidade de desenvolver investigação futura no campo da resiliência empresarial do setor do turismo europeu.

**Originalidade:** A originalidade desta comunicação prende-se simultaneamente com o tema, bem como a abordagem metodológica da mesma, na medida em que, à data da sua realização, não existem revisões exploratórias da literatura publicadas acerca da resiliência das empresas do setor do turismo europeu, o que aponta para a necessidade de investigação futura neste campo de estudos, que permita identificar fatores determinantes da resiliência destas empresas.

**Palavras-chave:** Resiliência empresarial; Setor turístico; Revisão da literatura.

**Referências**

- Arksey, H., & O'Malley, L. (2005). Scoping studies: towards a methodological framework. *International Journal of Social Research Methodology*, 8(1), 19–32. <https://doi.org/10.1080/1364557032000119616>
- European Commission. (2021). *Tourism*. Consultado em 17 de março de 2022. Disponível em [https://ec.europa.eu/regional\\_policy/en/policy/themes/tourism/](https://ec.europa.eu/regional_policy/en/policy/themes/tourism/)
- Kaczmarek, T., Perez, K., Demir, E., & Zaremba, A. (2021). How to survive a pandemic: The corporate resiliency of travel and leisure companies to the COVID-19 outbreak. *Tourism Management*, 84(August 2020), 104281. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104281>
- Pernice, D. (2021, December). *Tourism. Fact Sheets on the European Union*. European Parliament. Consultado em 20 de março de 2022. Disponível em <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/en/sheet/126/tourism>
- UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, January 2022. (2022). *UNWTO World Tourism Barometer*, 20(1), 1–40. <https://doi.org/10.18111/WTOBAROMETERENG.2022.20.1.1>

**Objetivo:** O objetivo geral da dissertação consiste em analisar as estratégias a nível de comunicação de marketing desenvolvidas pelas empresas turísticas para atenuar os impactos negativos da pandemia de SARS-COV-2.

Os objetivos específicos são:

1. Caracterizar outras catástrofes, naturais ou não, que nos últimos 20 anos influenciaram a evolução do turismo;
2. Explorar as características da pandemia de SARS-COV-2 e as consequências desta na atividade turística em Portugal;
3. Analisar como é que a comunicação de marketing das empresas que participaram no inquérito está a ser desenvolvida durante a pandemia;
4. Discutir como é que as estratégias anteriormente implementadas pelas empresas turísticas, noutras situações de elevado impacto negativo, podem ser relevantes na realidade desta.

De realçar que as empresas aqui mencionadas operam em Portugal, têm mais de 10 trabalhadores e pertencem aos códigos CAE 9, 493, 551, 791, 931 e 932.

**Fundamentação teórica:** Com a inesperada chegada da pandemia do SARS-COV-2, a atividade turística – que desempenha um papel importante no crescimento económico – foi uma das mais afetadas (Castro et al, 2020). Neste contexto, a comunicação de marketing poderá ter um papel fundamental para as empresas turísticas, permitindo que estas mantenham o contacto com os seus clientes e criem novos produtos e novas atividades que pudessem ser úteis ao mercado durante a pandemia.

**Metodologia:** No desenvolvimento desta investigação foi utilizada uma estratégia de investigação mista, passando pela análise de artigos científicos sobre anteriores desastres que tenham afetado o Turismo onde foram identificados 36 artigos, dos quais 24 se mantiveram para análise. Foi também realizado um inquérito por questionário aos gestores de empresas turísticas que operam em Portugal, que inclui 17 perguntas, desenvolvidas com base nos questionários de dois artigos de investigação. 15 itens centram-se nas práticas de comunicação e marketing e 2 itens referem-se à perspetiva de receitas das empresas numa perspetiva a curto e médio prazo.

**Resultados e discussão:** Podemos afirmar que algumas das práticas de comunicação de marketing que conseguimos constatar que foram adotadas noutras situações de desastre pelas empresas e pelos destinos turísticos, nos últimos 20 anos, que afetaram as atividades turísticas e que foram também relevantes na realidade da pandemia de SARS-COV-2 foram a aposta em novos produtos, a alteração do público-alvo, as estratégias de marketing e publicitárias agressivas, a aposta em novas tecnologias e redes sociais e a redução de custos. Já a prática que não podemos afirmar que se verificara no caso destas empresas inquiridas é a redução de custos. É perceptível que a comunicação de marketing é importante para a recuperação das atividades turísticas.

**Conclusões e implicações da investigação:** Em primeiro lugar, destaca-se o facto desta pandemia ser diferente de qualquer outra das situações analisadas, quer em termos de duração das consequências, quer em termos da área afetada (Glossling et al, 2020). Concluiu-se, também a alta adesão das empresas turísticas inquiridas às práticas de comunicação de marketing como forma de resposta à pandemia, tendo, contudo, sido identificados dois grupos de empresas com características distintas. Finalmente, da comparação entre as práticas identificadas na literatura, relativas a outros momentos de impacto negativo para o turismo, podemos concluir que a generalidade dessas práticas foi também adotada pelas empresas inqueridas, destacando-se a aposta em novos produtos, a alteração do público-alvo, a aposta em novas tecnologias e redes sociais e a relação ativa com o público-alvo.

**Originalidade:** Escolha de abordagem comparativa ao contexto da pandemia de SARS-COV-2, comparando-se a pandemia de SARS-COV-2 com acontecimentos anteriores também de elevado impacto negativo no turismo.

**Palavras-chave:** Turismo; SARS-COV-2; Marketing; Práticas de Comunicação; Outras Situações de desastre.

**Referências:**

- Castro, D., Robalinho, J., Bessa, L., Ramalho, M. & Au-Yong-Oliveira, M., 2020. Soluções para o impacto do turismo nas alterações climáticas. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação*, pp. 114-126.
- Niewiadomski, P., 2020. Covid-19: From temporary de-globalisation to a re-discovery of tourism? *Tourism Geographies*, Volume 22, pp. 651-656.
- Gossling, S., Scott, D. & Hall, M., 2020. Pandemics, tourism, and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, Volume 29, pp. 1-20.

**Objetivos:** Compreender as práticas de Economia Circular (EC) das empresas da Indústria dos Têxteis e Vestuário (ITV).

**Fundamentação teórica:** A crescente escassez de recursos e contínua produção de resíduos revela que o modelo linear põe em causa a regeneração do planeta, pois baseia-se na “extração, consumo e descarte dos recursos” (Pizarro, 2018, p. 5). A EC surge como uma solução estratégica que visa a proteção ambiental através de práticas de produção e consumo sustentáveis. A transição para uma EC visa a redução dos impactos negativos causados pela Economia Linear (EL) e a criação de uma resiliência a longo prazo, oportunidades económicas e benefícios sociais e ambientais (Ellen Macarthur Foundation, 2021). A ITV é um dos setores mais importantes da economia portuguesa e é considerada a segunda indústria mais poluidora do mundo, o que torna imperativo a reconversão do linear para o circular.

**Metodologia:** Abordagem Quantitativa, através da realização de inquéritos a empresas e consumidores da ITV, em curso de 22/05/2021 a 08/10/2021 e 03/10/2021 a 20/10/2021, e com a obtenção de 19 e 46 respostas, respetivamente, e Abordagem Qualitativa através da realização de entrevistas a um Centro Tecnológico e uma empresa da ITV.

**Resultados e discussão:** Com base nas entrevistas e inquéritos realizados às empresas, são notórios os avanços feitos na área da EC em Portugal e está claro para as empresas portuguesas da ITV a importância desta reconversão. Porém, apenas algumas conseguiram dar início à reconversão, pois a mudança é lenta e nem todas reúnem as condições necessárias. As principais barreiras à reconversão passam pela dificuldade em reciclar certos materiais ou separar misturas de fibras e pela falta de matéria-prima reciclada que tenha uma qualidade semelhante ou superior à das não recicladas. É fundamental que o Estado apoie as empresas através de incentivos financeiros, é importante incentivar a colaboração intersectorial e intrasectorial no uso eficiente dos recursos, investir na aquisição de know-how e apostar na consciencialização dos consumidores quanto a compras sustentáveis. De acordo com os inquéritos realizados aos consumidores, a maioria dos consumidores já ouviu falar do tema EC e está familiarizado com os seus princípios. Consideram que a ITV se preocupa com questões de sustentabilidade ambiental e que se preocupa cada vez mais em alertar os seus consumidores a compras sustentáveis. O destino que os consumidores dão aos produtos que não querem ou não servem está de acordo com os princípios do conceito pois a grande maioria dá a amigos/familiares ou doa a instituições/associações. Porém, quando compram, o cenário já não é o mesmo, pois não dão tanta importância aos princípios do conceito.

**Conclusões e implicações da investigação:** A reconversão do linear para o circular traduz-se em benefícios sociais, ambientais e económicos, protegendo o meio ambiente, garantindo um futuro melhor para as gerações futuras e criando oportunidades económicas. Para inverter o impacto ambiental negativo causado pela ITV, é imperativo adotar os princípios da EC e que todos os agentes colaborem neste processo. A mudança está a acontecer, mas lentamente. É fundamental continuar a incentivar a colaboração entre os agentes, por forma a alcançar uma economia mais circular.

**Originalidade:** A EC é um conceito muito importante, porém pouco abordado. Como tal, considerou-se interessante explorar e aprofundar o tema, nomeadamente na ITV.

**Palavras-chave:** Economia Circular, Indústria dos Têxteis e Vestuário, Sustentabilidade, Economia Linear.



## Referências

- Ellen MacArthur Foundation. (2015). *Rumo à Economia Circular: o racional de negócio para acelerar a transição*. Consultado em 1 de maio de 2021. Disponível em [https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/Rumo-a-a%CC%80-economia-circular\\_Updated\\_08-12-15.pdf](https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/Rumo-a-a%CC%80-economia-circular_Updated_08-12-15.pdf)
- Ellen MacArthur Foundation. (2021). *Economia Circular*. Consultado em 19 de maio de 2021. Disponível em <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/pt/economiacircular/conceito>
- IAPMEI. (2021). *Guia Economia Circular*. Consultado em 1 de maio de 2021. Disponível em [https://www.iapmei.pt/PRODUTOS-E-SERVICOS/Incentivos-Financiamento/Sistemas-de-Incentivos/Tutoriais-e-Boas-Praticas/DOCSTutoriais/GuiaEconomiaCircular\\_8.aspx](https://www.iapmei.pt/PRODUTOS-E-SERVICOS/Incentivos-Financiamento/Sistemas-de-Incentivos/Tutoriais-e-Boas-Praticas/DOCSTutoriais/GuiaEconomiaCircular_8.aspx)
- Murray, A., Skene, K. & Haynes, K. (2017). The Circular Economy: An Interdisciplinary Exploration of the Concept and Application in a Global Context. *Journal of Business Ethics*, 140, 369–380.
- Pizarro, A. M. R. R. (2018). *Novos Modelos de Negócio da Economia Circular: Barreiras e Incentivos à sua Implementação*. (Dissertação de mestrado, Universidade do Minho, Escola de Economia e Gestão, Minho, Portugal). Disponível em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/55285>

CATARINA CABRITA

ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa | Portugal | catarina.cabrита@sapo.pt

ANA PATRÍCIA DUARTE

**Objetivos:** Os objetivos prendem-se com a compreensão da relação entre as exigências laborais consideradas “desafios” e “obstáculos” e o bem-estar afetivo e o papel mediador da paixão harmoniosa e paixão obsessiva nesta relação.

**Fundamentação teórica:** Num mundo marcado pela evolução exponencial e pela incerteza, as exigências laborais estão a crescer e tornam-se cada vez mais presentes na realidade organizacional. Estas são stressores para as pessoas que são alvo das mesmas, trazendo consigo certos custos psicológicos e fisiológicos (Bakker & Demerouti, 2007). Neste caso, a promoção do bem-estar dos trabalhadores é uma questão relevante que dita grande parte das ações realizadas no local de trabalho (Warr, 1990) e, por isso, a paixão pelo trabalho é um dos fundamentos no incentivo diário ao trabalho vida. Este estudo propõe uma nova abordagem às exigências laborais, recorrendo principalmente ao Job Demands-Resources Model (Bakker & Demerouti, 2007), explorando como as exigências se relacionam com o bem-estar afetivo quando a paixão pelo trabalho entra na equação (Vallerand et al., 2003) - na qual o indivíduo também participa na forma como as exigências são expostas e influenciam os níveis de bem-estar.

**Metodologia:** Aplicação de um questionário individual a trabalhadores de diferentes organizações. Este foi feito online no Qualtrics e o requisito de participação era estar há pelo menos 6 meses a trabalhar na mesma organização. A amostra é composta por 515 participantes.

**Resultados e discussão:** Os resultados revelam que a forma como as exigências são expostas influencia o tipo de paixão predominante e, dependendo disso, determinam-se os efeitos no bem-estar afetivo dos trabalhadores, com impacto positivo ou negativo. A paixão harmoniosa surge como recurso pessoal nesse contexto, tendo o poder de prevenir estados afetivos negativos em relação ao trabalho, enquanto a paixão obsessiva acaba sendo, em si própria, uma exigência e tem uma associação ainda mais impactante no bem-estar afetivo.

**Conclusões e implicações da investigação:** A paixão pode adotar diversas facetas, sendo um recurso pessoal e até uma exigência. A forma como a atividade profissional é exposta pela nossa organização e a forma como internalizamos isso naquilo que nós somos, dita o nosso posicionamento no trabalho.

**Originalidade:** A paixão pelo trabalho até à data não tem recebido muita atenção em relação à forma como pode enaltecer um maior bem-estar no trabalho - isto porque o foco tem recaído em estados psicológicos que impulsionam o ser humano à ação (como o engagement e workaholism) e o resultado em conformidade originado dessa ação (maior ou menor índice de bem-estar e saúde). O que é proposto com este estudo é o papel da paixão pelo trabalho como um antecedente dos estados psicológicos que conduzem à ação, estamos a falar de uma predisposição que integra a nossa identidade, e a intensidade da mesma determina como os comportamentos posteriores são despoletados.

**Palavras-chave:** Exigências Laborais; Paixão pelo Trabalho; Bem-estar Afetivo; Stressores Desafios; Stressores Obstáculos.

#### Referências:

- Bakker, A.B. & Demerouti, E. (2007). The Job Demands-Resources model: state of the art. *Journal of Managerial Psychology*, 22(3), 309-328. DOI: 10.1108/02683940710733115
- Hobfoll, S. E. (2001). The Influence of Culture, Community, and the Nested-Self in the Stress Process: Advancing Conservation of Resources Theory. *Applied Psychology*, 50(3), 337-421. DOI: 10.1111/1464-0597.00062
- LePine, J.A., Podsakoff, N.P., & LePine, M.A. (2005). A meta-analytic test of the challenge stressor- hindrance stressor framework: an explanation for inconsistent relationships among stressors and performance. *Academy of Management Journal*, 48(5), 764-775. <https://doi.org/10.5465/AMJ.2005.18803921>
- Ryan, R.M., & Deci, E.L. (2017). *Self-determination Theory: Basic Psychological Needs in Motivation, Development, and Wellness*. The Guilford Press. <https://doi.org/10.1521/978.14625/28806>
- Vallerand, R. J., Blanchard, C., Mageau, G. A., Koestner, R., Ratelle, C., Léonard, M., Gagné, M., & Marsolais, J. (2003). Les passions de l'âme: On obsessive and harmonious passion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85(4), 756- 767. DOI: 10.1037/0022-3514.85.4.756

**Objetivos:** O presente trabalho tem por objetivo apresentar o resultado da pesquisa qualitativa desenvolvida, no âmbito da tese de doutoramento, com especialistas do Ensino Superior em Turismo, entrevistados no Brasil e em Portugal sobre o cenário atual do ensino e suas considerações para a elaboração de um modelo referencial para os planos curriculares do curso.

**Fundamentação teórica:** Segundo Cooper (2001), para a Organização Mundial do Turismo (OMT) não é realista planificar um sistema educativo em Turismo que seja uniforme e único para vários países. A finalidade da atuação comum é o estabelecimento de uma rede de estratégias, modelos e ações formativas, com vista a criar uma estrutura de transmissão de ideias e intercâmbios de experiências internacionais. Daí a proposta da tese em realizar um estudo comparativo entre Brasil e Portugal.

**Metodologia:** Para esse recorte na tese, a pesquisa qualitativa, por meio de entrevistas semiestruturadas, se fez necessária na medida em que a percepção dos especialistas da realidade do ensino superior de turismo no Brasil e em Portugal poderiam auxiliar na concretização ou não dos objetivos gerais e específicos propostos em relação a ideias e dificuldades para a elaboração de planos curriculares.

**Resultados e discussão:** A partir da análise das várias correlações identificadas no software NVivo, foi possível estabelecer similaridades e diferenças nos dois países pela visão dos especialistas de forma a permitir a análise comparativa das percepções dos especialistas, que proporcionaram à pesquisadora elaborar questões para o questionário a ser aplicado aos demais intervenientes.

**Conclusões e implicações da investigação:** A pesquisa qualitativa foi necessária para estabelecer uma análise comparativa inicial entre o ensino superior de turismo dos dois países, a partir das percepções de especialistas, de forma a auxiliar a pesquisadora na consolidação da revisão da literatura mais adequada ao estudo e da elaboração do instrumento de pesquisa por inquérito a ser aplicado como próxima etapa da tese.

**Originalidade:** Uso do método de pesquisa mista, com a participação dos intervenientes do processo de elaboração de um plano curricular, bem como, a proposta de um modelo referencial para o curso superior de turismo.

**Palavras-chave:** Turismo. Ensino superior. Estudo comparativo. Plano curricular. Modelo referencial.

### Referências

- Cooper, C. (2001). *Educando os Educadores em Turismo: Manual de educação em turismo e hospitalidade*. São Paulo: Ed. Roca
- Creswell, J. W., & Clark, V. L. P. (2013). *Pesquisa de métodos mistos*. Porto Alegre: Penso
- Ornstein, A. C., & Hunkins, F. P. (2014). *Curriculum foundations, principles, and issues* (6th ed.). Essex: Pearson Education Limited.
- Salgado, M. (2007). *Educação e Organização Curricular em Turismo no Ensino Superior Português* (Tese de Doutorado). Universidade de Aveiro.
- Salgado, M., Costa, C., & Santiago, R. (2010). Educação e Organização Curricular em Turismo no Ensino Superior Português. *Revista Turismo & Desenvolvimento*. 13, 347-356.

**Aims:** The literature addressing the new issues of ISO 9001 maintenance, decertification and recertification is very scarce. There are no systematic or non-systematic literature reviews on these three topics. To fill this gap in the literature, this article aims to carry out a Systematic Literature Review (SLR) on ISO 9001 maintenance, decertification and recertification. Therefore, in order to guide our research, we have considered the following main research questions: What are the main results of the current research on Maintenance, Decertification and Recertification? What are the main research gaps on Maintenance, Decertification and Recertification? What do companies usually do in the post-certification period?

**Theoretical framework:** There are currently no general frameworks of reference on what happens after the ISO 9001 certification. This study attempts to develop a general framework of organizations' behaviour after certification.

**Methods:** A strategy was appropriately formulated to search for studies on ISO 9001 maintenance, decertification and recertification. Two database were used: Web of science and Scopus. The key terms to facilitate the research were certification maintenance, recertification, decertification, quality and ISO 9001. Full text searches were run on each of the resources outlined. The method used to analyse the data gathered consisted of five steps. Step one consisted of checking and analysing the inclusion criteria. Step two consisted of searching for the articles in Scopus and Web of Science. Step three consisted of applying the exclusion criteria. Step four involved the elaboration of the final list with the articles to be analyzed after the Exclusion Criteria. Finally, step five consisted in analyzing the articles to answer the research questions.

**Results and discussion:** The articles on maintenance, decertification and recertification were published in 21 journals. Concerning the number of articles published by year on maintenance, decertification and recertification, easily the years of 1997 (3 articles), 2018 (3 articles), 2019 (3 articles) and 2021 (5 articles) can be highlighted as the most productive years. It is important to point out that there are more articles published on maintenance and decertification than on recertification. Also, among the approaches used in the studies analyzed, it is observed several case studies, surveys, event study, secondary data, literature review and others. It is easily perceived the predominance of surveys (13), followed by case studies (9). From each article's results, it was possible to divide and separate the studies into groups. Concerning maintenance, we have three groups: Identification of ISO 9001 maintenance factors, Identification of ISO 9001 maintenance benefits and Identification of ISO 9001 maintenance models/frameworks/ systems. Regarding decertification research, there are two types of results: Consequences after decertification and Reasons for decertification. Lastly, regarding recertification, we also have two groups: Impact of recertification on efficiency and Reasons for recertification resignation.

**Conclusions and research implications:** Despite important contributions this study may bring to the theory and practice of science, there were some limitations that can be observed in this systematic review. Thus, although Web of Science or Scopus are the two databases used and widely accepted by academics, we strongly recommend that in the future studies investigators might expand their searches by using other databases. This work has considered only three components: maintenance, decertification and decertification. Hence, future research might include other component, such as certification. For that reason, investigators could try to understand how these four components work together as a system or as a chain and suggest a framework. Finally, it is important to stress that the results of this study are limited to the terms used in the search. In this sense, the decision to use the terms "maintenance", "recertification", "decertification", "quality" and "ISO 9001" might have left out some articles with relevant information on the subject. For this reason, it is strongly recommended that search terms be expanded in the future investigations.

**Originality:** The paper contributes to the body of knowledge in the area of quality management systems. Additionally, up to the time of this study, there was no research doing a Systematic Literature Review on the maintenance, decertification and recertification. So, this research fulfills the literature gaps.

**Keywords:** Abandonment, cancellation, certification, decertification, ISO 9000, certification maintenance, quality, recertification, renewal, revocation.

## References

- Castka, P. (2018). Modelling firms' interventions in ISO 9001 certification: A configurational approach, *International Journal of Production Economics*, 201(2018), 163-172. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2018.05.005>.
- Cândido, C.J.F., Coelho, L.M.S., & Peixinho, R.M.T. (2016). The financial impact of a withdrawn ISO 9001 certificate, *International Journal of Operations & Production Management*, 36(1), 23-41. <https://doi.org/10.1108/IJOPM-11-2014-0540>.
- Chen, Y., Wu, L., & Zhai, Q. (2019). Does ISO 9000 Certification Benefit Service Firms? *Sustainability*, 11(21), 5886. <https://doi.org/10.3390/su11215886>.
- Cheng, S.P., & Tummala, V.M.R. (1998). An employee involvement strategy for ISO 9000 registration and maintenance: a case study for Hong Kong and China companies, *International Journal of Quality & Reliability Management*, 15(8/9), 860-891. <https://doi.org/10.1108/02656719810198980>.
- Chin, K. S., Poon, G.K.K., & Pun, K.F. (2000). The critical maintenance issues of the ISO 9000 system: Hong Kong manufacturing industries' perspective, *Work Study*, 49(3), 89-99. <https://doi.org/10.1108/00438020010318064>.

**Objetivos:** O presente estudo visa analisar o impacto da implementação do teletrabalho em instituições do ensino superior português, durante a pandemia da Covid-19, e compreender os seus impactos na Gestão de Recursos Humanos. Através da aplicação de um questionário, procurar-se-á obter respostas a algumas perguntas de partida, tais como, se o teletrabalho permitiu ter mais tempo disponível para a família, se o teletrabalho aumenta os contactos laborais, entre trabalhador e empregador, fora do horário de trabalho, se o controlo da realização das tarefas aumenta com o teletrabalho, se são promovidos contactos para contrariar a tendência de isolamento gerada pelo teletrabalho, qual o nível de satisfação dos trabalhadores com o teletrabalho e se as suas eventuais despesas adicionais lhes são compensadas.

**Enquadramento teórico:** O cumprimento da atividade laboral fora do tradicional espaço físico pertencente ao empregador, onde se concentram a maioria dos trabalhadores ao serviço da sua organização, já existe há muito tempo, sendo um reflexo da influência das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) no mundo do trabalho. O exercício da atividade laboral fora do espaço físico da organização pode ser feito em telecentros, no domicílio ou em qualquer lugar. As diferentes características que estas modalidades de teletrabalho encerram levantam também elas novos caminhos de investigação e análise, sobretudo no âmbito da Gestão de Recursos Humanos.

**Metodologia:** A metodologia utilizada baseou-se numa recolha de dados, com recurso a inquérito por questionário, composto por questões fechadas com escala de classificação tipo Likert de 5 níveis graduais, selecionando o/a inquirido/a apenas um dos níveis. O questionário foi construído com recurso à plataforma Qualtrics, sendo o mesmo distribuído através de reencaminhamento do link de acesso ao inquérito por questionário online para os endereços de correio eletrónico públicos dos colaboradores de instituições de ensino superior português. Relativamente à amostra, o questionário foi distribuído a colaboradores de instituições de ensino superior de todas as regiões de Portugal, abrangendo todas as categorias profissionais existentes. Pretende-se atingir uma amostragem de, no mínimo, 200 colaboradores, contando-se, até ao momento, com 168 respostas completas. Depois de recolhidos, os dados serão tratados e analisados com recurso ao SPSS.

**Resultados e discussão:** Em termos de resultados, espera-se que da análise dos dados recolhidos, através do questionário, se possa: a) Enquadrar a aplicação do instituto do teletrabalho, no âmbito das instituições de ensino superior português; b) Aferir a satisfação dos trabalhadores com o teletrabalho; c) Compreender o impacto do teletrabalho na retribuição e despesas dos trabalhadores; e d) Analisar os impactos do teletrabalho na conciliação trabalho-vida.

**Conclusões e implicações da investigação:** O teletrabalho é uma modalidade da prestação da atividade laboral que encerra especificidades que devem ser atendidas, principalmente ao nível da Gestão de Recursos Humanos. Durante o período de pandemia existiu um teletrabalho emergencial, com pouco planeamento, o que impôs às organizações uma modificação repentina nos seus processos produtivos. No futuro, atendendo ao contínuo incremento das TIC e do objetivo de aumentar o número de teletrabalhadores na administração pública portuguesa, o teletrabalho tenderá a ser uma realidade com um maior âmbito de abrangência.

**Originalidade:** O tema sob investigação, embora não seja novo, generalizou-se ao sabor da pandemia, sobretudo após o mês de Março de 2020. Desde então, tivemos alterações legislativas relevantes referentes ao regime do teletrabalho. Da aplicação generalizada do teletrabalho surgiram questões que, do ponto de vista da Gestão de Recursos Humanos, merecem reflexão à luz do cenário pandémico. Neste âmbito, os estudos, as investigações e os artigos científicos são escassos, pretendendo esta investigação dar um contributo para uma melhor compreensão dos impactos da implementação do teletrabalho, durante a pandemia da Covid-19, sobretudo nas instituições de ensino superior em Portugal.

**Palavras-chave:** Teletrabalho. Pandemia. Tecnologias da informação e comunicação. Flexibilidade.

**Referências:**

- Moreira, T. C. (2021). *Direito do trabalho na era digital*. Almedina;
- Choe, H., Kim, Y., & Moon, S. (2022). The effect of labor flexibility on financial performance in Korea: The moderating effect of labor relations climate. *Sustainability* 2022, 14, 2121. <https://doi.org/10.3390/su14042121>;
- Galanti, T., Guidetti, G., Mazzei, E., Zappalà, S., & Toscano, F. (2021). *Work from home during the COVID-19 outbreak: The impact on employees remote work productivity, engagement, and stress*. [https://doi: 10.1097/JOM.0000000000002236](https://doi.org/10.1097/JOM.0000000000002236);
- Ipsen, C., van Veldhoven, M., Kirchner, K., & Paulin Hansen, J. (2021). *Six key advantages and disadvantages of working from home in Europe during COVID-19*. *Environ Res Public Health*. [https://doi: 10.3390/ijerph18041826](https://doi.org/10.3390/ijerph18041826);
- Zappalà, S., Toscano, F., & Topa, G. (2021). *The implementation of a remote work program in an italian municipality before COVID-19: suggestions to HR officers for the post-COVID-19 era*. *Eur. J. Investig. Health Psychol. Educ.* 2021, 11, 866–877. <https://doi.org/10.3390/ejihpe11030064>.

## EL ENOTURISMO, ELEMENTO MOTIVADOR DEL CONSUMO DE VINO (#38)

DIEGO GÓMEZ-CARMONA

Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación | España | diego.gomezcarmona@gm.uca.es

ALBERTO PARAMIO | SERAFÍN CRUCES-MONTES | PEDRO PABLO MARÍN DUEÑAS | RAFAEL CANO TENORIO |  
ALEXANDER AGUIRRE MONTERO | MARTA TORIBIO ESCOBAR | MARTA FUENTES-MARTÍN-ARROYO

**Aims:** El presente trabajo tiene por objetivos a) estudiar el efecto de la experiencia enoturística en las actitudes de los consumidores, b) conocer el impacto de la experiencia en el valor otorgado a los distintos atributos y c) analizar cómo influye la experiencia enoturística en la lealtad hacia diferentes tipos de vino.

**Theoretical framework:** Siguiendo el modelo dinámico de conciencia, prueba y refuerzo de Ehrenberg (2000), el cual sugiere que las preferencias del producto se forman después de una prueba inicial. Consideramos la experiencia enoturística como la estimulación a la que es sometido el turista (Homburg, Schwemmler & Kuehn 2015). El consumidor percibirá una propuesta de valor superior cuando tiene experiencia con el producto y conoce sus atributos (por ejemplo, en una cata). En este caso, el turista evalúa los distintos atributos y categoriza el valor de cada uno de ellos, eligiendo el producto que mayor valor le aporta (Robertson, Ferreira & Botha, 2018). De la misma manera, las actividades enoturísticas que permiten la interacción directa con el producto favorecen el aumento de conocimiento que el consumidor tiene sobre la marca, y con ello su lealtad a la marca del producto, lo que determina su comportamiento de compra en el futuro (Lockshin & Spawton, 2001).

**Methods:** La recogida de datos se realizó invitando vía correo electrónico a todos los miembros de una comunidad universitaria del sur de España. Se recogieron un total de 2603 respuestas a la encuesta personal online enviada. Para alcanzar nuestros objetivos de investigación y determinar el impacto que las experiencias enoturísticas generan en el consumidor extraemos los diferentes grupos de enoturistas de acuerdo a su experiencia. Mediante la técnica de segmentación jerárquica se desarrolla un modelo de clasificación basado en árboles. Esta segmentación utiliza el algoritmo CHAID (Chi-Square Automatic Interaction Detection), para dividir a los turistas en subconjuntos exhaustivos, homogéneos y excluyentes.

**Results and discussion:** Los resultados de las asociaciones entre la variable dependiente y las independientes junto a la secuencia de clasificación se muestra en la figura 1. Las variables que mejor explican la experiencia enoturística, son la visita a la bodega (Chi-cuadrado= 1692,958, g.l.=3, p=0,000), la visita a la viña (Chi-cuadrado= 284,606, g.l.=2, p=0,000) y la asistencia a catas (Chi-cuadrado= 1130,601, g.l.=2, p-valor=0,000). Posteriormente, se contrastan las hipótesis de investigación, realizando el análisis de la varianza de un factor o ANOVA.

**Conclusions and research implications:** Este trabajo, evaluó las percepciones actitudinales, los atributos del vino y el comportamiento de consumo de los turistas potenciales y actuales. Nuestros resultados apoyan el trabajo de Bonn, Chang & Cho, (2020), quienes sugieren que la experiencia enoturística del visitante tiene un impacto significativo en las evaluaciones posteriores de los consumidores. Nuestro trabajo refuerza los hallazgos de Van Ittersum, Candel y Meulenbergh (2003) quienes indican que, el comportamiento de compra se basa en el proceso cognitivo que lleva a evaluar los atributos del producto de consumo. Además, en el caso del turismo, estos procesos, pueden estar condicionados por las actividades enoturísticas que realizan los turistas. Si los turistas están satisfechos, es probable que haya una transferencia funcional y emocional positiva de la experiencia al producto (Song, Lee, Park, Hwang, & Reisinger, 2015).

**Originality/value:** Recientemente, se ha analizado el efecto que tienen en el valor percibido y en el comportamiento de compra del vino, estar rodeado de viñedos (Bonn, Chang & Cho, 2020). Además, se ha analizado el efecto de la experiencia en el contexto enoturístico, concretamente el trabajo Wen & Leung, (2021) profundizó en el impacto de la experiencia virtual en determinados atributos del vino y en los comportamientos de compra. Aunque no se ha analizado el efecto de las experiencias enoturísticas presenciales en profundidad (Brochado, Stoleriu & Lupu, 2021).

**Keywords:** Enoturismo, actitud hacia el vino, atributos del vino, lealtad hacia el vino.



## References

- Bonn, M. A., Chang, H. S., & Cho, M. (2020). The environment and perceptions of wine consumers regarding quality, risk and value: Reputations of regional wines and restaurants. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45, 203-212.
- Brochado, A., Stoleriu, O., & Lupu, C. (2021). Wine tourism: a multisensory experience. *Current Issues in Tourism*, 24(5), 597-615.
- Ehrenberg, A., & Goodhardt, G. (2000). New brands: near-instant loyalty. *Journal of Marketing Management*, 16(6), 607-617.
- Homburg, C., Schwemmler, M., & Kuehnl, C. (2015). New product design: Concept, measurement, and consequences. *Journal of Marketing*, 79(3), 41-56.
- Lockshin, L., & Spawton, T. (2001). Using involvement and brand equity to develop a wine tourism strategy. *International Journal of Wine Marketing*.
- Robertson, J., Ferreira, C., & Botha, E. (2018). The influence of product knowledge on the relative importance of extrinsic product attributes of wine. *Journal of Wine Research*, 29(3), 159-176.
- Wen, H., & Leung, X. Y. (2021). Virtual wine tours and wine tasting: The influence of offline and online embodiment integration on wine purchase decisions. *Tourism Management*, 83, 104250.

**Objetivos:** O estudo tem como objetivo avaliar a potencial influência do valor cultural do conservadorismo sobre o julgamento profissional dos contabilistas e auditores certificados de Moçambique, a partir da interpretação e aplicação dos conceitos subjacentes à *International Accounting Standard (IAS) 37* do *International Accounting Standard Board (IASB)*.

**Fundamentação teórica:** O estudo utiliza, como principal modelo teórico, as proposições de Gray (1988) relativamente ao valor cultural do conservadorismo, tendo a IAS 37 como objeto de análise para a sua verificação.

**Metodologia:** O estudo é suportado por uma amostra de 364 contabilistas e auditores certificados, obtida a partir de respostas de um questionário difundido no período de julho de 2020 a fevereiro de 2021, entre 4.680 membros inscritos na OCAM. A amostra, cumpre assim, com a dimensão mínima sugerida pela literatura para efeitos de inferência estatística. A partir da escolha de uma única opção, três cenários de resposta foram propostos para duas distintas questões do questionário, avaliadas, consoante os casos, na perspetiva do ativo ou do passivo, nomeadamente: (1) não divulgar nem reconhecer ativo ou passivo; (2) apenas divulgar um ativo ou passivo; e (3) divulgar e reconhecer um ativo ou passivo. Os testes de McNemar e do Qui-Quadrado foram utilizados para a análise dos resultados.

**Resultados e discussão:** Os resultados permitiram identificar a manifestação do conservadorismo através da existência de diferenças significativas na interpretação e aplicação dos conceitos de ativos e passivos. Tais resultados se mantiveram estáveis mesmo após a análise em função de distintas variáveis demográficas.

**Conclusões e implicações da investigação:** O estudo confirma, razoavelmente, a classificação atribuída por Gray (1988) aos países africanos onde Moçambique se insere. As normas do IASB remetem ao julgamento profissional a decisão sobre a interpretação e aplicação dos conceitos ali presentes, estando em causa *principle-based standards*. A comparabilidade do relato financeiro pode ser, conseqüentemente, afetada, influenciando a forma como os sistemas contabilísticos se desenvolvem.

**Originalidade:** Não são conhecidos estudos desta natureza abarcando profissionais de países africanos de língua oficial portuguesa, onde pesquisas empíricas desta natureza são ainda incipientes.

**Palavras-chave:** comparabilidade; conservadorismo; cultura; interpretação; julgamento profissional.

#### Referências

- Albuquerque, F., & Pereira, S. (2022). A influência da fiscalidade sobre a contabilidade a partir do julgamento dos contabilistas certificados portugueses. *Innovar*, 32(84). <https://doi.org/10.15446/innovar.v32n84.99676>
- Baldoino, E. & Borba, J.A. (2015). Passivos contingentes na bolsa de valores de Nova York: uma análise comparativa entre empresas estrangeiras. *Revista de Contabilidade e Organizações*, 23, 58-81. <http://dx.doi.org/10.11606/rco.v9i23.68395>
- Cremonini, L. J., & de Oliveira, O. M. (2019). Globalização e direito internacional privado: a internalização do direito e das normas contábeis, a lei n. 11.638/07 e a harmonização e convergência de padrões contábeis. *Brazilian Journal of Development*, 5(7), 8286-8304. <https://doi.org/10.34117/bjdv5n7-049>
- Gray, S., J. (1988). Towards a Theory of Cultural Influence on the Development of Accounting Systems Internationally. *Abacus*, 24 (1), 1-15. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6281.1988.tb00200.x>
- Marcelino, M.M, Albuquerque, F., Justino, M. D. R. & Quirós, J. T. (2016). A influência da cultura e do julgamento profissional sobre a Contabilidade: uma análise a partir da perspetiva dos preparadores da informação financeira em Portugal. *Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade*, 10(1), 63-87. <https://doi.org/10.17524/repec.v10i1.1214>

## FROM FRAGMENTATION TO COLLABORATION FOR CROSS-BORDER SUSTAINABLE TOURISM: THE E-CHAIN EXPERIENCE (#42)

ELISA MARIAVITTORIA BERTOLINI

Dipartimento di Ingegneria e Architettura (DIA) - Università degli Studi di Trieste | Italia

elisamariavittoria.bertolini@phd.units.it

LORENZO CASTELLI | GIOVANNI LONGO

**Aims:** The purpose of this paper is to identify the main challenges that need to be faced in creating a cross-border tourism network. The work relies on the analysis of a case study: the E-chain project. This is an INTERREG ITA-CRO project that aims to develop an info-mobility platform to combine a range of modalities and services (transport-related, cultural and commercial) to provide information on travels between Croatia and Italy.

**Theoretical framework:** In recent years, the concept of network collaboration has stimulated wide interest in tourism management studies as it can remedy the lack of coordination and cohesion within highly fragmented environments, as cross-border coastal tourism. There is a general belief that participation in a collaborative tourism network produces benefits: tourists will increase, and the network makes it possible to reap the benefits of tourist growth by mitigating its negative consequences. The analysis of the literature, however, highlights the scarcity of empirical evidence linked to this theory.

**Methods:** The E-Chain platform is the virtual place upon which the cross-border tourism network is built because tourists are going to generate useful data about their trips, such as their routes, interests, special needs, etc. that would be very useful to the other stakeholders. In fact, the tourist data collected by the platform will be analysed, aggregated and shared to transport companies, local businesses and even Authorities and Municipalities, which need to have a better understanding of the tourists flows in their areas improving the traffic management and the quality of life of their cities. Before developing and implementing the platform, it is necessary to simulate its utilization and its features, involving different stakeholders to understand (a) how they would interact with the platform, (b) the relevance of platform features, and (c) improvement suggestions. In this simulation phase, two main data collection methods have been used in order to obtain results able to validate the supported assumptions: two simulation surveys, for tourists and stakeholders respectively, and four focus groups supported by all E-Chain partners.

**Results and discussion:** The multifaceted E-Chain partnership consents to better understand management problems in transnational tourism and shows what are the main challenges in creating a cross-border tourism network that allows vertical and horizontal integration of services. The relations between the objectives of the tourism network and the expected results provides evidence that changes in travel patterns may occur not only focusing on individual choices but on paying more attention to shaping the overall travel chain with people at the center.

**Conclusions and research implications:** This paper allows for a critical reflection on the relations between the objectives of a cross-border tourism network and the expected results. In view of realizing the benefits deriving from the network the role of public and private actors in the management of tourism must be rethought, reducing the gap between the various actors. Achieving changes in travel patterns needs a pluralistic approach: relationship and collaboration between stakeholders are fundamental for the creation of tourism networks based on cross-sector partnerships.

**Originality/value:** This paper explores the main obstacles to the realization of a cross-border tourism network through the analysis of a case study.

**Keywords:** Coastal tourism; Transport; Cross-border; Collaboration; Tourism network.

## References

- Bramwell, B., & Lane, B. (Eds.). (2003). *Tourism collaboration and partnerships: Politics, practice and sustainability* (Vol. 2). Channel View Publications.
- Cairns, S., Harmer, C., Hopkin, J., & Skippon, S. (2014). Sociological perspectives on travel and mobilities: A review. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 63, 107-117.
- Gunn, C. A. (1977). Industry pragmatism vs tourism planning. *Leisure Sciences*, 1(1), 85-94.
- Hrelja, R., Rye, T., & Mullen, C. (2018). Partnerships between operators and public transport authorities. Working practices in relational contracting and collaborative partnerships. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 116, 327-338.
- van der Zee, E., & Vanneste, D. (2015). Tourism networks unravelled; a review of the literature on networks in tourism management studies. *Tourism Management Perspectives*, 15, 46-56.

## THE IMPLICATION OF COMMUNITY DEVELOPMENT FOR TOURISM MARKET ACCESS AND SOCIAL INNOVATION IN COASTAL ZONES: THE CASE OF LAUTEM MUNICIPALITY, TIMOR-LESTE (#21)

FELICIANO QUINTAS DO CÉU

DEGEIT - University of Aveiro | Portugal | felicianoqceu@ua.pt

ZÉLIA BREDA | FILOMENA CARDOSO MARTINS

**Aims:** This research aims to describe the implication of community development on tourism market access and social innovation in a coastal community, through the stakeholders' perceptions on their roles, in the Lautem Municipality, Timor-Leste.

**Theoretical framework:** Community development is a process of equipping the community with knowledge and skills to take collective action and take solutions to common problems (Matarrita-Cascante & Brennan, 2012). This theory conforms to Nordberg et al. (2020) about how the community should organize interpersonal activities or social interactions to attain one or more shared goals. Furthermore, the knowledge and confidence they gain will enable them to understand how to link the market to the community to make it easier for them to distribute and sell their products primarily to the tourists and other consumers.

**Methods:** Face-to-face and semi-structured interviews with governmental entities, NGOs, and local community representatives, documentation, and observation were applied in this study. We use Fataluku and Tetum dialects to gather the data, using recording tools, translating it to English and Portuguese languages. To do the analysis and interpretation we use the NVivo 12 QSR instrument that allow us to codify and make a deep thematic analysis.

**Results and discussion:** This study indicates that community development has a positive impact on social innovation, especially in the communities that live in the coastal area of Lautem municipality. They are a native community from the Com and Tutuala villages, who were not experiencing trade activities during the Portuguese-Indonesian time. The indigenous community has never distributed their products to the market due to marginal cultural attitudes, limited knowledge, and subsistence livelihood. The community puts forward the capacity in terms of knowledge and the value of tourism as a basis for an understanding of trade activities. For instance, buying the products for sale in the local, district, and national markets. The unique product that correlates with the community's ability is tourism activities, such as accommodation, restaurants, fishing, handicrafts, agriculture, and home businesses (kiosk). The community also started access to technology, transportation, funding, and distribution of their products.

**Conclusions and research implications:** It can be concluded that tourism is an instrument for social innovation and it is fundamental to the local community's economic sustainability. Thus, through community development, stakeholders cooperate with all components, guide the community to move forward from dependence to independence, and have the competence to make decisions in their lives based on knowledge, economic capabilities and quality of life (Ciro et al., 2019; Malek & Costa, 2015). Furthermore, the result of market access also implies the changes in the life of the community due to income, home improvements, access to education, health and hygiene, safety, livelihood security, green, and conservation in the coastal area (Pereira et al., 2020).

**Originality/value:** Understanding the context of community development, tourism marketing, and social innovation is nothing new, but some of these concepts related to coastal areas are a novelty. In addition, overall, this topic is related to the context of Timor-Leste, a still recent country and original to be developed.

**Keywords:** Community Development, Tourism Market Access, Social Innovation, Coastal Areas, Lautem Municipality-Timor-Leste.

## References

- Ciro, A., Toska, M., & Nientied, P. (2019). Social innovation and sustainable economic development: Participatory tourism destination management. In *EAI/Springer Innovations in Communication and Computing*. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-93575-1\\_10](https://doi.org/10.1007/978-3-319-93575-1_10)
- Malek, A., & Costa, C. (2015). Integrating communities into tourism planning through social innovation. *Tourism Planning and Development*, 12(3), 281–299. <https://doi.org/10.1080/21568316.2014.951125>
- Matarrita-Cascante, D., & Brennan, M. A. (2012). Conceptualizing community development in the twenty-first century. *Community Development*. <https://doi.org/10.1080/15575330.2011.593267>
- Nordberg, K., Mariussen, Å., & Virkkala, S. (2020). Community-driven social innovation and quadruple helix coordination in rural development: Case study on LEADER group Aktion Österbotten. *Journal of Rural Studies*. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2020.08.001>
- Pereira, L. N., Santos, M. C., & Ferreira, L. N. (2020). Tourism stakeholders' perceptions on global trends in coastal areas of the Mediterranean region. *International Journal of Tourism Policy*. <https://doi.org/10.1504/IJTP.2020.107196>

**Objetivos:** A comunicação tem como objetivo apresentar os resultados preliminares da revisão sistemática de literatura, focando-se na forma como o conceito de gentrificação turística é utilizado e em contributos teóricos relevantes para o desenho de uma teoria da gentrificação turística.

**Fundamentação teórica:** O termo gentrificação turística foi cunhado por Gotham em 2005 para designar uma nova forma de gentrificação que vinha sendo identificada em algumas zonas fortemente turistificadas. Ao passo que os processos de gentrificação até então se caracterizavam por um influxo de residentes de classe média ou alta, que resultava num processo de segregação das classes mais baixas, face ao crescente custo de vida e especulação imobiliária desencadeada por esse influxo, a gentrificação turística segue uma lógica distinta. Não se caracteriza pelo influxo de novos residentes, mas antes por uma proliferação de atividades e serviços relacionados com o turismo, com os mesmos resultados que as formas de gentrificação mais tradicionais. Desde então estes processos têm sido identificados em várias cidades europeias, particularmente no Sul, com cidades como Barcelona, Palma de Maiorca, Lisboa ou Veneza a serem ilustrativas quanto às consequências da gentrificação turística. Apesar de ter recebido considerável interesse nos últimos anos, e de terem sido realizadas várias investigações sobre o tema, o estudo da gentrificação turística ainda sofre de alguns problemas. Teoricamente, a gentrificação turística ainda se baseia nos modelos teóricos dos processos de gentrificação, não tendo desenvolvido um corpo teórico próprio, adaptado às especificidades do fenómeno. Conceptualmente, o conceito tende a ser operacionalizado para servir as investigações onde é utilizado, o que justifica a sua menor capacidade heurística. O facto de muito do que se sabe resultar de investigações pontuais contribui também para que não se tenha desenvolvido uma teoria holista da gentrificação turística. Esta revisão sistemática de literatura procurou detalhar o que se produziu sobre esta temática, como o conceito é utilizado nas várias investigações e que contributos teóricos podem ser destacados, por forma a contribuir para o debate sobre a gentrificação turística e contribuir para desenhar um quadro teórico desta nova forma de gentrificação.

**Metodologia:** Esta investigação utiliza uma revisão sistemática de literatura para identificar usos do conceito de gentrificação turística e contributos teóricos relevantes. Recorreu-se à base de dados Scopus para efetuar a pesquisa, restringindo os resultados aos queries “tourism gentrification” e “gentrificação turística” nos campos título, resumo e palavras-chave. As utilizações de ambos os termos foram classificadas atendendo à existência de uma definição explícita ou implícita. Apenas revistas com revisão de pares e indexadas foram consideradas nesta pesquisa.

**Resultados e discussão:** Ainda não disponíveis (a revisão ainda está em andamento)

**Conclusões e implicações da investigação:** Ainda não disponíveis (a revisão ainda está em andamento)

**Originalidade:** Até ao momento, não foi feita nenhuma revisão sistemática de literatura focada na gentrificação turística.

**Palavras-chave:** Gentrificação turística, turismo, mobilidades, gentrificação transnacional, revisão sistemática de literatura.

### Referências

- Cocola-Gant, A. (2019). Tourism gentrification, in Lees, L. & Phillips, M. (Eds.) *Handbook of Gentrification Studies*, Cheltenham, Edward Elgar Publishing, 281-293.
- González-Pérez, J.M. (2019). The dispute over touristic cities. Tourism gentrification in the historic Centre of Palma (Majorca, Spain). *Tourism Geographies*, DOI: 10.1080/14616688.2019.1586986
- Gotham, K.F. (2005). Tourism Gentrification: The Case of New Orleans's Vieux Carre (French Quarter). *Urban Studies*, 42 (7), 1099-1121.
- Guerreiro, J.A. & Marques, J.F. (2020). Gentrifiers against gentrification: A study in tourism gentrification in Southern Portugal, in Pinto, P. & Guerreiro, M. (Eds.) *Handbook of Research on Residential and Tourist Perspectives on Travel Destinations*, IGI Global, 1-23.
- Mendes, L.M. (2017). Gentrificação turística em Lisboa: neoliberalismo, financeirização e urbanismo austeritário em tempos de pós-crise capitalista 2008-2009. *Cadernos Metrópole*, 19 (39), 479-512.

O fenómeno da dupla tributação internacional traduz-se não só num obstáculo à competitividade empresarial e à livre circulação de pessoas, bens e capitais, como também às relações económicas internacionais. Este fenómeno despoletou situações de conflito tributário entre distintos sistemas fiscais pelo facto de as legislações internas serem dissemelhantes dos Estados não prescindirem da sua soberania tributária. Esta problemática resulta numa desarmonia fiscal e numa condicionante para a globalização da economia mundial. Perante esta problemática foram tomadas medidas para a eliminar ou prevenir.

A característica que distingue os profissionais liberais é o facto de estes terem a possibilidade de exercerem a sua profissão de um modo independente num âmbito internacional. Todavia, suscitam-se dúvidas a nível de jurisdição tributária quando os rendimentos destes profissionais são confrontados com a cobrança de imposto. Em consequência, quando confrontados com as divergências entre sistemas fiscais, os profissionais liberais deparam-se com a possibilidade dos seus rendimentos estarem sujeitos a uma dupla tributação. Perante esta problemática, foi imperativo preveni-la ou eliminá-la através da celebração de convenções criadas com esse propósito. Portanto, a eliminação ou prevenção da DT internacional, tal como o planeamento fiscal, são fundamentais para estes profissionais.

**Objetivos:** Analisar a origem de uma DT de rendimentos de profissões independentes, quais os métodos e medidas para eliminar ou evitar a dupla tributação jurídica e aplicá-los num contexto prático.

**Fundamentação teórica:** Demonstrar, através de uma abordagem teórico-prática a eliminação desta dupla tributação sobre rendimentos auferidos por sujeitos passivos residentes, não residentes e residentes não habituais em Portugal. Análise da legislação fiscal portuguesa e das CDT celebradas por Portugal com Alemanha, Itália e Irlanda.

**Metodologia:** Metodologia teórica e documental baseada no estudo aprofundado das convenções para eliminar a dupla tributação celebradas por Portugal, livros técnicos de fiscalidade internacional, artigos da OCC.

**Resultados e discussão:** Eliminação de dupla tributação jurídica através da aplicação prática do quadro teórico apresentado no artigo.

**Conclusões e implicações da investigação:** A sujeitos passivos residentes em Portugal que auferirem rendimentos de profissões independentes no estrangeiro, as CDT concedem a competência tributária ao Estado da residência quando estes não disponham de um estabelecimento estável no Estado da fonte. Quando o estabelecimento estável se localiza no Estado da fonte, a competência tributária é exclusiva do Estado da fonte, tendo de ser declarados no Estado da residência onde serão englobados para determinar a taxa de imposto a aplicar. A sujeitos passivos com o estatuto de RNH em Portugal, o Estado da residência (Portugal), apesar de englobar os rendimentos auferidos no estrangeiro, isenta-os de tributação, desde que possam ter sido tributados no Estado da fonte. Todavia Portugal não exige uma tributação efetiva, possibilitando uma dupla não tributação. Quando sujeitos passivos não residentes que dispõem de um estabelecimento estável em Portugal, a competência tributária é exclusiva do Estado da fonte. Conclui-se que a área da fiscalidade internacional é complexa e torna-se imperativo que se converta eficaz e dinâmica, sem prejudicar a soberania fiscal dos Estados.

**Originalidade:** Trabalho que compila as normas e procedimentos aplicáveis em matéria de dupla tributação aplicáveis a rendimentos de profissões independentes.

**Palavras-chave:** Dupla tributação internacional; Profissões independentes; Eliminação da dupla tributação jurídica; Convenção para eliminar ou prevenir a dupla tributação; Relações económicas internacionais.

### Referências

Abreu, J. C. (2020). *Fiscalidade Internacional Abordagem Prática no âmbito dos Impostos sobre o Rendimento*. Coimbra: Almedina.

Azevedo, P. (2017). A dupla tributação internacional: questões levantadas e métodos para a evitar. *Cadernos de Direito Actual* N.º6.

Brás Carlos, A. F. (2010). *Impostos (Teoria Geral)*, 3ª Edição (atualizada). Coimbra: Almedina.

Machado, J. E. M. e Costa, P. N. (2012). *Curso de Direito Tributário*, 2ª Edição. Coimbra Editora.

Nabais, J. C. (2017). *Direito Fiscal*. Coimbra: Almedina.



**Objetivos:** O objetivo específico delineado para este estudo passa por obter a percepção dos alunos do curso de contabilidade do ISCAL sobre o conceito de Contabilidade Criativa e o seu grau de conforto ou desconforto com esta prática.

**Fundamentação teórica:** O termo Contabilidade Criativa tem uma origem anglo-saxónica, nomeadamente no termo “Creative Accounting”, a qual, numa tradução para o idioma português, fiel ao significado do termo inglês, poderá designar-se de “Contabilidade Criativa”. De acordo com Jones (2011, pp. 31-32), a Contabilidade Criativa «[...] é a utilização das flexibilidades existentes no normativo contabilístico, de modo a refletir os interesses de quem prepara a informação e não os interesses dos seus utilizadores [...]». Para além do exposto, e ainda segundo o mesmo autor, a Contabilidade Criativa segue um plano de aproveitamento das lacunas normativas. Este tipo de contabilidade tem como objetivo a satisfação dos interesses de quem elabora as informações financeiras e não de quem faz a aplicação dessa informação para a tomada das suas decisões. Deste modo, para diversos investigadores o conceito da Contabilidade Criativa é visto como sendo uma prática legal que, não transgride as normas contabilísticas nem vai além do que é permitido pelo legislador (Niyama, Rodrigues, & Rodrigues, 2015; Nogueira, 2015; Sousa, Santos, Nascimento, & Reis, 2015). Por outro lado, outros autores entendem que a Contabilidade Criativa é na verdade uma prática ilegal (Naser, 1993).

**Metodologia:** A metodologia de investigação utilizada no presente estudo baseou-se no inquérito por questionário. O inquérito consiste num conjunto de perguntas sobre a vida profissional, social ou familiar, obtendo, desta forma, a sua opinião ou informações sobre qualquer ponto de interesse para o investigador. Tendo em conta o objetivo desta investigação, as perguntas do inquérito incidem sobre a Contabilidade Criativa. Com o intuito de recolher as opiniões dos alunos sobre o tema em epígrafe, formulou-se perguntas que visam obter o grau de conforto e de concordância na aplicação futura de certos factos contabilísticos associados à Contabilidade Criativa.

**Resultados e discussão:** Para efeitos de profícua leitura dos dados estatísticos processados, não obstante terem sido obtidas duzentas e trinta e cinco (235) respostas, ao todo, dos inquéritos distribuídos para o presente estudo, apenas foram consideradas válidas duzentas e quatro (204) respostas. O estudo permitiu concluir que para os alunos do curso de contabilidade, a Contabilidade Criativa é percecionada como a utilização das flexibilidades normativas para melhorar a imagem da entidade e favorecer as decisões sobre a mesma. Na análise às diferenças de percepção entre os alunos com e sem experiência profissional, os resultados obtidos evidenciam não existir diferenças estatisticamente significativas entre estes alunos. Os resultados observados evidenciam ainda a não existência de diferenças estatisticamente significativas sobre o grau de conforto na aplicação da Contabilidade Criativa.

**Conclusões e implicações da investigação:** Os resultados obtidos evidenciam que os alunos percecionam a Contabilidade Criativa como a utilização das flexibilidades normativas para melhorar a imagem da entidade e favorecer as decisões sobre a mesma, considerando-a como uma prática legal. Como propostas para as futuras investigações nesta área, concretamente sobre a temática da Contabilidade Criativa, será muito interessante a aplicação dos mesmos questionários aos docentes de várias universidades ou politécnicos que lecionam o curso de contabilidade e áreas afins, de modo a ser possível obter uma síntese comparativa entre elas.

**Originalidade:** Este estudo permitiu obter a percepção dos alunos do curso de contabilidade sobre a temática da Contabilidade Criativa, o que é algo original e importante para a investigação científica nesta área.

**Palavras-chave:** Contabilidade Criativa, flexibilidade normativa, creative accounting.

## Referências

- Jones, M. J. (2011). *Creative Accounting, Fraud and International Accounting Scandals*. England: John Wiley & Sons Ltd. ISBN 978-0-470-05765-0
- Naser, K. H. (1993). *Creative Financial Accounting: Its Nature and Use*. Hemel Hempstead: Prentice Hall International (UK) Limited, ISBN 0-13-061763-6.
- Niyama, J. K., Rodrigues, A. M., & Rodrigues, J. M. (Maço de 2015). *Algumas Reflexões sobre Contabilidade Criativa e as Normas Internacionais de Contabilidade*. 11(1), pp. 67-87
- Nogueira, M. C. (2015). *Contabilidade criativa: ciência, técnica ou arte?* Sapo. Obtido em 20 de Março de 2018, de <http://visao.sapo.pt/opiniao/silncioda fraude/2015-06-18-Contabilidade-criativa-ciencia-tecnica-ou-arte-1>
- Sousa, W. D., Santos, W. R., Nascimento, J. C., & Reis, J. d. (Novembro de 2015). Contabilidade Criativa versus Fraude Contábil: Um estudo empírico com profissionais da contabilidade. *Revista Brasileira de Contabilidade* (215), pp. 12-29.

## A REALIDADE DO SISTEMA DE REGULAMENTAÇÃO CONTABILÍSTICA E RELATO FINANCEIRO DA GUINÉ-BISSAU (#28)

MAMADÚ CANDÉ

Instituto Politécnico de Santarém | Escola Superior de Gestão e Tecnologia de Santarém | Portugal  
200100037@esg.ipsantarem.pt\*

LEONOR FERREIRA\* | ANA FIALHO

\*corresponding author

**Objetivos:** A investigação sobre contabilidade em África é um tema pouco explorado (Lassou, Hopper & Ntim, 2021; Tawiah & Boolaky, 2020; Konan et al., 2021). Este trabalho analisa e explica a evolução do sistema contabilístico e de relato financeiro da Guiné-Bissau, com enfoque no processo de convergência com as normas internacionais de relato financeiro (IFRS).

**Fundamentação teórica:** A necessidade de criar uma economia competitiva, melhorar o desempenho financeiro, atrair investimento e combater a pobreza levaram os países africanos a integrarem organizações e blocos regionais. Assim, surgiu a Organização para a Harmonização do Direito dos Negócios em África (OHADA), a Comunidade Económica de Desenvolvimento dos Estados da África Ocidental (CEDEAO) e a União Económica Monetária da África Ocidental (UEMOA), de que a Guiné-Bissau é membro. Com o objetivo de harmonizar a contabilidade nos países da UEMOA, foi criado o Sistema Contabilístico da África Ocidental (SYSCOA), mais tarde revisto e denominado Sistema de Contabilidade de OHADA (SYSCOHADA). Atualmente, aplica-se em dezassete países da África Ocidental e Central, incluindo a Guiné-Bissau (Degos, Levant & Touron, 2019). Admite-se que a contabilidade da Guiné-Bissau se mostre influenciada pelas normas e práticas do país colonizador, mas desconhece-se em que medida outras influências possam estar presentes. A abertura da economia dos países da UEMOA, as empresas multinacionais e o Banco mundial exercem pressões para adotar as IFRS (Degos, Levant & Touron, 2019). Interessa conhecer a realidade guineense neste âmbito.

**Metodologia:** Este estudo baseia-se em dados recolhidos através de entrevistas semiestruturadas e na leitura de documentos técnico-profissionais, legislação e outras normas, relatórios sectoriais e informações das empresas guineenses. Contempla uma análise essencialmente qualitativa (descritiva e crítica), apoiada em estatística descritiva. Considera os níveis de análise político, social, económico-financeiro e cultural, e influências relacionados com impostos, formação, organização da profissão contabilística, auditoria, sistema jurídico e financeiro e influências internacionais.

**Resultados e discussão:** A regulamentação contabilística da Guiné-Bissau assenta fortemente em leis e inspira-se no sistema contabilístico francês. Após a independência, em 1975, foi adotado o Plano Oficial de Contas da Guiné-Bissau (POC-GW), que se baseava no sistema português. Embora esteja presente a influência do país colonizador, Portugal, ao contrário de Angola e Cabo Verde, onde essa influência é dominante, na Guiné-Bissau a influência francófona é atualmente principal, em linha com os países vizinhos. Porém, a organização da profissão contabilística apresenta enormes semelhanças com a organização portuguesa. Com base nas características identificadas, o sistema contabilístico e de relato financeiro guineense enquadra-se no grupo europeu continental seguindo a classificação proposta por Nobes (2008).

**Conclusões e implicações da investigação:** Esta investigação revela a evolução do sistema contabilístico e relato financeiro da Guiné-Bissau, com enfoque no processo de convergência da SYSCOHAD e explica a transição para as IFRS. Identificam-se atores formais e informais, necessidades económicas e fatores políticos, sociais e culturais que pressionam a mudança e a aproximação às IFRS, em linha com os países francófonos da região subsariana.

**Originalidade:** Contribui-se para o conhecimento da realidade do sistema contabilístico e de relato financeiro da Guiné-Bissau através das suas características e acrescenta-se um país ainda não estudado ao quadro comparativo internacional dos sistemas de relato e regulamentação contabilística nacionais.

**Palavras-chave:** Relato financeiro; Sistemas contabilísticos; Guiné-Bissau; OHADA; SYSCOHADA.

## Referências

- Degos, J. Guy; Levant, Y.& Touron, P. (2019). The history of accounting standards in French-speaking African countries since independence: The uneasy path toward IFRS. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 32(1), 75–100. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-03-2016-2459>
- Konan, A. Kan, Seny S. Agbodjo, S. Gandja (2021) Accounting polycentricity in Africa: Framing an 'accounting and development' research agenda. *Critical Perspectives on Accounting*, 78, <https://doi.org/10.1016/j.cpa.2020.102234>
- Lassou, P.; Hopper, T. & Ntim, C, (2021) Accounting and development in Africa, *Critical Perspectives on Accounting*, 78, <https://doi.org/10.1016/j.cpa.2020.102280>.
- Nobes, C. (2008). Accounting Classification in the IFRS Era. *Australian Accounting Review*, 18(3), 191-198. doi:10.1111/j.1835-2561.2008.0024.x.
- Tawiah, V. & Boolaky, P. (2020). A review of literature on IFRS in Africa. *Journal of Accounting & Organizational Change*, 16 (1), 47-70. <https://doi.org/10.1108/JAOC-09-2018-0090>

## DOES THE ENVIRONMENTAL, SOCIAL, AND GOVERNANCE INFORMATION CREATE VALUE FOR THE SHAREHOLDER IN THE PORTUGUESE STOCK EXCHANGE? (#35)

MARIA CARLOS ANNES

ISCAL – Instituto Politécnico de Lisboa | Portugal | mcannes@iscal.ipl.pt

JOÃO ROSÁRIO | IRENE ARRAIANO

**Objetivos:** The paper analyses the impact of Corporate Social Responsibility, in terms of the Environmental and Social conduct of the firm and Governance practices in valuation in the firms listed in the Lisbon Stock Exchange.

**Fundamentação teórica:** The model selected to examine the effect of ESG scores on firm performance is Ohlson's (1995) valuation model. This model states that the market value of equity is a function of financial information (including book value and accounting results). The model can be expanded to include other non-financial variables, which include value-relevant information, generating a valuation model which the variable  $X_{i,t}$  corresponds to a relevant set of variables of interest that will capture the impact of ESG scores in the market value of equity.

**Metodologia:** We collected data on ESG scores for the firms listed in the Lisbon Stock Exchange for the period between 2002 and 2020. This corresponds to 19 firms and a total of 187 company/year observations. We implement five models, expanding on the modified Barth and Clinch (2009) valuation model: one model using the global ESG performance score, three models using each of the different performance pillars scores and one final in which we included all three individual performance pillar scores. We use the full sample and break the entire period in the dataset into three sub periods: before 2008; after 2008 and after 2011. The break in 2008 refers to the Lehman Brother's crisis and the break in 2011 corresponds to the signing of the Economic Adjustment Program for Portugal. All the data (ESG scores and other financial variables) were collected in the Datastream database.

**Resultados e discussão:** We find that investor's attitude towards available information regarding performance and procedures with respect to CSR to be evolving over time. Although the effect of ESG scores is not statistically significant in the whole dataset, breaking up this data into sub periods show that, for the period after 2011, investors reward firms that follow better environmental practices. However, the effects are the opposite with respect to better governance practices.

**Conclusões e implicações da investigação:** The results obtained suggest a couple of interesting facts; First that the attitudes of investors on CSR and Governance have evolved over time, and if before 2008 they appear to be indifferent to those pieces of information about management actions and procedures, and seem to fully base their valuation on the financial information provided by firms, after 2011, investors seem to be more responsive to other relevant sources of information. They appear to reward firms that demonstrate better CSR procedures, but on the other hand they seem to punish firms that present better scores in the governance dimension.

**Originalidade:** The relation between CSR practices and firm value is a question that has gained the attention of many researchers, in part driven by the fact that more attention is being draw by investors to the sustainable investments. Several studies, both in developed markets and developing markets have shown a positive relation between share prices and information that measures the firm's performance in CSR and Governance practices. This paper adds to this literature by analyzing the impact of ESG scores in the share prices of firms listed in the Lisbon Stock Exchange.

**Palavras-chave:** Corporate Social Responsibility, Sustainability, Market Valuation.

### Referências

Barth, M.E.; Clinch, G. (2009). Scale effects in capital markets-based accounting research. *J. Bus. Finance. Account.* 36, 253–288.

Cornell, B; Damodaran (2020). A. Valuing ESG: Doing Good or Sounding Good? *SSRN Working Paper* id3557432

Ohlson, J.A. (1995). Earnings, Book Values, and Dividends in Equity Valuation. *Contemp.* 11, 661–687.

**Objetivos:** O objetivo geral pretende estudar o contexto e evolução das experiências gastronómicas sustentáveis. Os objetivos específicos desta comunicação consubstanciam-se em realizar uma revisão sistemática de literatura sobre o estado da arte das experiências gastronómicas sustentáveis, constatar as lacunas e propor linhas futuras de pesquisa.

**Fundamentação teórica:** As experiências gastronómicas sustentáveis consistem o ponto focal dos planos estratégicos nos destinos turísticos, visto que traçam o caminho para um futuro mais sustentável, experiências mais memoráveis e contribuem para a lealdade ao destino. Estes aspetos aparecem refletidos pela Organização de Nações Unidas (2015), que nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável na Agenda 2030, refere a produção e consumo sustentáveis (n.º 12) como elementos prioritários. Nota-se que os investigadores também estão preocupados em consciencializar os empresários do setor da restauração a realizar práticas sustentáveis (Batat, 2020), estudar as dimensões das experiências gastronómicas sustentáveis (Björk & Kauppinen-Räsänen, 2016) e estimular o consumo sustentável (Higgins-Desbiolles & Wijesinghe, 2019). Contudo verificam-se lacunas em termos da conceptualização e operacionalização do conceito, e mais ainda, na sua promoção e aplicação junto dos diferentes stakeholders.

**Metodologia:** Seguiu-se como metodologia a revisão sistemática da literatura com base em 465 artigos selecionados a partir das palavras de pesquisa: experiência gastronómica, gastronomia sustentável e experiência gastronómica sustentável nas bases de dados Web of Science e Scopus. Aplicou-se o protocolo de revisão proposto por de Matos, Sá e Duarte (2021), que define os critérios [estudos focados nas ciências sociais, estudos baseados simultaneamente em: investigação teórica, métodos mistos empíricos (investigação quantitativa e qualitativa), etc] para inclusão, exclusão e justificação da seleção final de 80 artigos.

**Resultados e discussão:** Os resultados evidenciam que as investigações relacionadas com as experiências gastronómicas abrangem desde a percepção e atitudes dos clientes, até preocupação pela academia em aprofundar os elementos referentes à definição das experiências gastronómicas sustentáveis e propor indicadores que avaliam a sustentabilidade na experiência gastronómica. As lacunas da investigação recaem na carência de estudos referentes à análise conceptual do termo, ao processo criativo, à inexistência de políticas sustentáveis na gastronomia, bem como à ausência de um instrumento de avaliação das experiências gastronómicas sustentáveis. Como linhas futuras de investigação propõe-se realizar estudos que abordem os aspetos essenciais no processo de desenho das experiências gastronómicas sustentáveis e criem uma ferramenta transversal de avaliação da sustentabilidade nas experiências gastronómicas.

Os estudos relacionados com as experiências gastronómicas sustentáveis estão nos seus primeiros momentos (Björk & Kauppinen-Räsänen, 2016), pelo que ainda não existe uma definição sólida do conceito (de Jong & Varley, 2018), nem estão definidas as dimensões do próprio conceito (Batat, 2020). Por conseguinte este estudo revela que as experiências gastronómicas contribuem para o desenvolvimento sustentável dos destinos porque incentivam a concorrência das empresas turísticas e a produção e consumo local de maneira sustentável, conforme Wondirad, Kebete e Li (2021) já havia identificado.

**Conclusões e implicações da investigação:** Pese embora o estado incipiente dos estudos relacionados com as experiências gastronómicas, nota-se preocupação da academia no estudo das práticas sustentáveis, assim como no processo de desenho das experiências. Os diversos critérios relacionados com os elementos associados à definição das experiências gastronómicas sustentáveis levaram a conceptualizá-las como um valor agregado à experiência turística, que influencia de maneira positiva a repetição do destino, fortalece as relações com os stakeholders no setor gastronómico, aumenta a concorrência sustentável dos destinos e, ainda, suporta a gastronomia local e autenticidade como os elementos cruciais. Identifica-se uma crescente motivação da população residente na escolha dos greens restaurants, assim como a preocupação em fomentar a sustentabilidade na experiência gastronómica. Por parte da academia verifica-se a necessidade da implementação de políticas que regulem a sustentabilidade na experiência gastronómica e na criação de uma metodologia que avalie o nível de sustentabilidade nas experiências gastronómicas. Do ponto de vista académico esta investigação permite: (1) realizar uma análise sistemática da literatura que até à data aborda as experiências gastronómicas sustentáveis,

(2) identificar os principais temas relativos a experiência gastronômica sustentável, linhas de investigação futuras, (3) enriquecer a literatura relacionada com o tema de investigação.

**Originalidade:** A investigação é original, visto que estuda pela primeira vez de forma sistemática os estudos realizados sobre o contexto e a evolução das experiências gastronômicas sustentáveis entre 1998 e 2022, além de definir o conceito.

**Palavras-chave:** Experiência gastronômica, gastronomia sustentável, experiência gastronômica sustentável, revisão sistemática da literatura.

### Referências

- Batat, W. (2020). Pillars of sustainable food experiences in the luxury gastronomy sector: A qualitative exploration of Michelin-starred chefs' motivations. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 57, 102255. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102255>
- Björk, P., & Kauppinen-Räsänen, H. (2016). Exploring the multi-dimensionality of travellers' culinary-gastronomic experiences. *Current Issues in Tourism*, 19(12), 1260–1280. <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.868412>
- de Jong, A., & Varley, P. (2018). Food tourism and events as tools for social sustainability? *Journal of Place Management and Development*, 11(3), 277–295. <https://doi.org/10.1108/JPMD-06-2017-0048>
- de Matos, N. M. da S., Sá, E. S. de, & Duarte, P. A. de O. (2021). A review and extension of the flow experience concept. Insights and directions for Tourism research. *Tourism Management Perspectives*, 38, 100802. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100802>
- Wondirad, A., Kebete, Y., & Li, Y. (2021). Culinary tourism as a driver of regional economic development and socio-cultural revitalization: Evidence from Amhara National Regional State, Ethiopia. *Journal of Destination Marketing & Management*, 19, 100482. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100482>

## LA INVESTIGACIÓN EN EL ENOTURISMO (#09)

MARTA TORIBIO ESCOBAR

Universidad de Cádiz | España | [marta.toes87@gmail.com](mailto:marta.toes87@gmail.com)

DIEGO GÓMEZ CARMONA

**Objetivos:** La creciente relevancia del enoturismo en los últimos años hace necesario analizar y recopilar la literatura existente. Dado que hay poco acuerdo en la literatura sobre como estructurar el campo de investigación (Del Río y García, 2017). En la actualidad, son pocos los trabajos que han realizado análisis bibliométricos sobre enoturismo y en el mejor de los casos están desactualizados o desfasados. Por eso es importante tanto para investigadores como para empresas del sector turístico tener una idea de la evolución y las perspectivas de los temas de investigación. Derivado de lo anterior, el principal objetivo de este trabajo es avanzar en el conocimiento sobre el estado de la cuestión, radiografiando su evolución y esclarecer mediante métodos matemáticos y estadísticos el futuro del subcampo.

**Marco teórico:** De acuerdo con el marco teórico, las palabras encontradas en el análisis bibliométrico serán de aquellos artículos que contengan tourism (102 artículos) de los cuales destacan el de Almeida et al., (2019), Breda et al., (2021), Carneiro et al., (2021), Ramos et al., (2021), Hernández et al., (2021); performance (29) artículos como el de Santos et al., (2021), Alonso et al., (2021), Trigo y Silva, (2022) y management (26 artículos) con autores como Haller et al., (2021) o Maksimovic et al., (2019) satisfaction (81 artículos) con autores como Persurie et al., (2019) y Lourerio & Da Cunha, (2017). Para llevar a cabo el trabajo nos hemos centrado en la Teoría de la acción razonada de Rodríguez, (2017) y el estudio bibliométrico sobre enoturismos hemos por Zamarreño Aramendia et al., (2021) sobre la adaptación al mundo digital.

**Métodos:** La metodología seguirá el modelo de referencia de autores como el de Lechuga Sancho, et al., (2020) sobre el uso de estudios bibliométricos y la aplicación al turismo por medio de un CSR o el estudio de Zupic Ivan & Cater Tomaz, (2015). Ambos estudios utilizan el software de gestión de análisis bibliométrico con una referencia de un determinado número de artículos encontrados por mediación de una fuente de base de datos. En este caso se han analizado 408 trabajos procedentes de la plataforma WOS de la colección Core en diferentes periodos con un total de 354 documentos en el periodo 2010-2021. Para su búsqueda se emplearon los términos motores "tourism wine" y "experience". Por ello, es destacable el escaso número de resultados encontrados y la limitada presencia de investigaciones en este campo.

**Resultados y Discusión:** Después de encontrar en los motores de búsquedas con las diferentes palabras claves seleccionadas "tourism wine", "experience" o "behaviour". El estudio hace referencia a los comportamientos de los turistas con respecto a diferentes experiencias en entornos relacionados con el enoturismo. Con este estudio, conseguimos saber cuáles son las revistas con mayores publicaciones: International Journal of wine bussiness research y British Food Journal o Tourism Management son las que encabezan con mayor número de trabajos. Los autores con documentos más citados: GETZ D, 2006 (361 citas) y Charters S, 2006 (302 citas). Por último, se han estudiado los países con más publicaciones, como: Nueva Zelanda y Polonia que encabezan. Debido al reducido número de trabajos Moral-Moral (2021) cita que el sector turístico es el que tiene mayor peso de la economía española y que la Pandemia del Covid-19 ha puesto en serio peligro la supervivencia de numerosas empresas, por esto se presenta la demanda de hacer hincapié en recomendar a los investigadores un mayor esfuerzo en este campo turístico.

**Conclusiones e implicaciones de la investigación:** Este estudio bibliométrico realizado servirá de referencia para aquellas personas que estén interesadas en este campo a la hora de saber con quién, dónde investigar y dónde publicar. Así como futuros trabajos centrados en la producción científica actual a través del cumplimiento de diferentes objetivos por medio de nuestra metodología empleada. Así, que mejorará planteamientos de estudio en la oferta turística y por consiguiente en la empresa enoturística como en aquellas rutas y asociaciones de vino; bodegas; viñas; Museos y empresas dedicadas a actividades y experiencias enoturísticas.

**Originalidad / valor:** Contribuirá a la efectiva recuperación del sector ampliando su oferta turística con otras actividades enoturísticas que propicien el desarrollo de nuevos productos y experiencias. Para ello se llegará a la conclusión mediante el cumplimiento de diferentes objetivos como son: el análisis bibliométrico de fuentes enfocadas al enoturismo.

**Palabras clave:** Tourism wine, Behaviour, consumer, wine, experience.



## Referencias

- Lechuga Sancho, M. P., Martín-Navarro, A. & Ramos-Rodríguez, A. R. (2020). Information Systems Management Tools: An Application of Bibliometrics to CSR in the Tourism Sector. *Sustainability*, 12(20), 8697. <https://doi.org/10.3390/su12208697>
- Moral-Moral, M. (2021). La aplicación del neuromarketing al ámbito del turismo: una revisión bibliográfica. *Vivat Academia*, 429–442. <https://doi.org/10.15178/va.2021.154.e1359>
- Sánchez, A. D., de la Cruz Del Río Rama, M. & García, J. Á. (2017). Bibliometric analysis of publications on wine tourism in the databases Scopus and WoS. *European Research on Management and Business Economics*, 23(1), 8–15. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2016.02.001>
- Zupic, I. & Čater, T. (2015). Bibliometric Methods in Management and Organization. *Organizational Research Methods*, 18(3), 429–472. <https://doi.org/10.1177/1094428114562629>

**Objetivos:** Con el presente trabajo, pretendemos estudiar los efectos del compromiso empresarial con el ODS 5 (igualdad de género) en la reputación corporativa (RC). Concretamente, se persigue el análisis de la influencia de la diversidad de género en la alta dirección sobre la RC.

**Marco teórico:** Las significativas ventajas que suponen para una empresa contar con una favorable RC han propiciado el análisis de los factores que contribuyen a la formación y mantenimiento de dicho intangible, habiéndose considerado la diversidad de género entre ellos (Esa et al., 2022). En ese contexto, este trabajo analiza la relación entre la RC y el compromiso empresarial con el ODS 5, concretado en la presencia de mujeres en puestos de responsabilidad (Fallah et al., 2022). A diferencia de estudios previos, centrados fundamentalmente en la diversidad de género en consejos de administración (Navarro-García et al., 2020), en este trabajo, bajo la perspectiva de las teorías de los stakeholders y de la señalización, se investiga sobre la relación entre la RC y la proporción de mujeres que, sin ostentar la condición de consejeras, ocupan puestos de alta dirección.

**Métodos:** En el trabajo se ha empleado una muestra formada por compañías cotizadas en la Bolsa de Madrid durante 2017-2020, con altos directivos no miembros del consejo de administración. Para establecer su reputación, se ha acudido al ranking publicado por Merco (Monitor Español de RC) (Barquero & Cancelo, 2021). Se han formulado diferentes modelos mediante regresión logística binaria. Como robustez de los modelos, en primer lugar, se ha cambiado la variable independiente por una medida de la diversidad (índice de Blau) y, en segundo lugar, se ha tomado una segunda medida de RC como variable dependiente.

**Resultados y discusión:** Los resultados obtenidos revelan una influencia positiva del compromiso empresarial con el ODS 5 en la RC. Este impacto se intensifica cuanto mayor es la independencia del consejo de administración. Además, se han corroborado relaciones positivas de la RC con otras variables detectadas en trabajos previos (edad de la compañía, su tamaño, el tamaño del consejo de administración, su diversidad o su independencia) (Fuentes-Medina et al., 2017). El análisis adicional confirma que la capitalización bursátil es un buen indicador de la RC.

**Conclusiones e implicaciones de la investigación:** El compromiso empresarial con el ODS 5 se interpreta como una práctica de buen gobierno. En consecuencia, provoca una reacción positiva en la percepción de los stakeholders, lo que redundará en una favorable RC. Además, cuanto más independiente es el consejo de administración, mayor es la influencia. Los resultados tienen importantes implicaciones prácticas. El compromiso empresarial con el ODS 5, aparte de facilitar una mayor variedad de competencias y conocimientos en la toma de decisiones, se presenta como un mecanismo estratégico de fácil manejo para construir y acrecentar la reputación de una entidad.

**Originalidad /valor:** Hasta donde llega nuestro conocimiento, el estudio realizado es el primero que, a nivel empírico, considera y demuestra la vinculación positiva entre el ODS 5 y la RC.

**Palabras clave:** ODS 5; diversidad de género; reputación corporativa; mujeres en la alta dirección; empresas cotizadas españolas

**Referencias:**

- Barquero, J.D., & Cancelo, M.M. (2021). Company philosophy and its reputation through an analysis of the MERCO ranking. *European Accounting and Management Review*, 7(2), 40-52.
- Esa, E., Mohamad, N.R., Wan Zakaria, W.Z., & Ilias, N. (2022). Do corporate governance and reputation are two sides of the same coins? Empirical evidence from Malaysia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 9(1), 219-228.
- Fallah Shayan, N., N. Mohabbati-Kalejahi, S. Alavi & M.A. Zahed, M.A. (2022). Sustainable Development Goals (SDGs) as a Framework for Corporate Social Responsibility (CSR). *Sustainability*, 14, 1-27.
- Fuentes-Medina, M.L., Morini-Marrero, S., & Verona Martel, C. (2017). Women on boards of directors and their role in corporate reputation. *International Journal of Management and Social Studies*, 2(2), 13-32.
- Navarro-García, J.C., Ramón-Llorens, M.C., & García-Meca, E. (2020). *Female directors and corporate reputation*. *BRQ Business Research Quarterly*, disponible en <https://doi.org/10.1177/2340944420972717>.

**Objetivos:** Con el presente trabajo, pretendemos: (i) la construcción de un índice de transparencia de las plataformas de financiación participativa (PFP) a tenor de la obligatoria revelación de información en sus sitios web; (ii) conocer en qué medida influyen la información financiera y la información sobre gobierno corporativo en los índices de transparencia construidos; y (iii) determinar qué variables explican la transparencia de las PFP activas en España, a nivel global y en las dimensiones de funcionamiento, riesgo y accesibilidad.

**Marco teórico:** El éxito de los negocios derivados de la incorporación de internet y de las nuevas tecnologías en el ámbito empresarial depende en gran medida de la confianza en la economía digital (Ferreira et al., 2022). Desde esta perspectiva, la transparencia de los nuevos modelos de negocio, productos, servicios, etc. se convierte en una premisa clave en la construcción de relaciones de confianza (Strohmaier et al., 2019). En este trabajo, con apoyo en la Teoría Institucional y en la Teoría de los Stakeholders, se estudia la transparencia de las PFP activas en España mediante un índice diseñado a partir de los deberes de información requeridos en la normativa aplicable, profundizando en los factores determinantes del nivel de información obligatoria revelada.

**Métodos:** Para alcanzar los objetivos señalados, en primer término, se ha diseñado un índice de transparencia basado en los deberes de información contenidos en la normativa reguladora de las PFP. En segundo lugar, se han aplicado el análisis multivariante (concretamente, la regresión lineal múltiple) y el análisis discriminante.

**Resultados y discusión:** Los resultados muestran que la concentración de propiedad de las PFP activas en España influye negativa y significativamente en la revelación obligatoria de información en sus sitios web. Por otra parte, a nivel global, su transparencia está condicionada por factores vinculados con la gobernanza de estos operadores. Sin embargo, las dimensiones de funcionamiento, riesgo y accesibilidad de la transparencia son explicadas por variables de carácter financiero o el reconocimiento institucional para intermediar en el crowdfunding.

**Conclusiones e implicaciones de la investigación:** El trabajo pone de relieve el peso creciente del crowdfunding, ya sea en la modalidad P2P o P2B. En el éxito de esta fórmula de financiación juega un papel fundamental la transparencia de las PFP (Li et al., 2018). En las PFP activas en España, la estructura de propiedad influye significativamente en la transparencia de estos intermediarios. Por su parte, la transparencia del funcionamiento, riesgo y accesibilidad a las PFP que actualmente operan en España depende de factores financieros (endeudamiento y rentabilidad económica) y la antigüedad en su reconocimiento como operador autorizado. La mejora por parte de las PFP de los indicadores financieros que se han mostrado significativos contribuirá, sin duda, a la transparencia de estos intermediarios y, en definitiva, a la confianza en la economía digital (Mejía et al., 2019; Nan et al., 2019).

**Originalidad/valor:** Hasta donde llega nuestro conocimiento, es el primer trabajo empírico en analizar la incidencia de factores financieros y de gobierno corporativo en la transparencia de las plataformas de crowdfunding activas en España actualmente.

**Palabras clave:** Crowdfunding; transparencia; índice de transparencia; plataformas de financiación participativa.

## Referencias

- Ferreira, V., E. Papaoikonomou & A. Terceño (2022). Unpeel the layers of trust! A comparative analysis of crowdfunding platforms and what they do to generate trust. *Business Horizons*, 65, 7-19.
- Li, H., X. Chen, Y. Zhang & M. Hai (2018). Empirical analysis of factors on crowdfunding with trust theory. *Procedia Computer Science*, 139, 120-126.
- Mejía, J., G. Urrea & A.J. Pedraza-Martínez (2019). Operational transparency on crowdfunding platforms: Effect on donations for emergency response. *Production and Operations Management*, 28(7), 1773-1791.
- Nan, L., C. Tang, X. Wang & G. Zhang (2019). The real effects of transparency in crowdfunding. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3414252> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3414252>.
- Strohmaier, D. J. Zeng & M. Hateez (2019). Trust, distrust, and crowdfunding: A study on perceptions of institutional mechanisms. *Telematics and Informatics*, 43, 1-21.

## MODELO DE AVALIAÇÃO DO RISCO DE CRÉDITO DAS SOCIEDADES DESPORTIVAS DO FUTEBOL PROFISSIONAL PORTUGUÊS (#14)

RICARDO MOREIRA SANTOS

ISCAL - Instituto Politécnico de Lisboa | Portugal | ricardomoreirasantos14@gmail.com

**Objetivos:** Determinar um modelo de avaliação do risco de crédito das sociedades desportivas do futebol profissional português.

**Enquadramento teórico:** Segundo Faria (2000, p. 16) a atividade económica no mundo do futebol, visa a maximização do interesse de cada clube, que em conjunto visa ao engrandecimento do futebol como atividade sectorial e com forte impacto positivo na sociedade e na economia. A importância de um modelo de previsão de default na indústria, traz benefício a acionistas e credores na sua tomada de decisões sobre investimentos. Barajas e Rodríguez (2010) argumentam que existem outros stakeholders interessados nestes modelos, nomeadamente, os municípios e empresas que dependem fortemente do clube, dos patrocinadores, e os adeptos. Os organismos gestores do futebol, nomeadamente as federações nacionais e a UEFA, percebem a utilidade de um modelo, visto que, a falência de um clube provocará distorção na competitividade. Devido a isso foi instituído o Fair Play Financeiro da UEFA com vista a mitigar a ocorrência de falência (Franck, 2018).

**Metodologia:** O modelo de regressão logística é muito utilizado para previsão de determinado acontecimento ocorrer em função de outros fatores, onde descreve a relação entre a variável dependente e as variáveis independentes (Hosmer e Lemeshow, 2000). A amostra centra-se no período entre 2014 e 2020, onde é composta por 34 clubes. Os rácios financeiros foram retirados da lista do EInforma onde a informação foi extraída da plataforma SABI, além destes dados foram considerados nove variáveis de performance desportiva (retirados do site da Liga Portugal) e uma variável macroeconómica (retirado do site do INE). Com o objetivo de selecionar as variáveis, foram realizadas diversas análises, nomeadamente, a análise à correlação de Pearson. De seguida, foi utilizado a metodologia regressão logística para dados em painel no qual o modelo foi estimado com recurso ao método dos Mínimos Quadrados de Amostragem, dado que foi verificado excesso de correlação entre as variáveis. Utilizou-se o método stepwise e backward selection de 0,5 sugerido por (Hosmer e Lemeshow, 2000).

**Resultados e discussão:** As variáveis independentes que melhor explicam a probabilidade de determinado clube de futebol português entrar em *default* são:

- Rentabilidade Económica;
- Rácio de Solvabilidade;
- Rentabilidade das vendas e serviços prestados;
- Margem do EBITDA;
- Logaritmo natural do nº de habitantes da cidade do clube.

Os resultados vão de encontro à literatura existente, o estudo de Szymanski (2012) conclui que a principal razão mais significativa para a ocorrência de falência na indústria deve-se à quebra de receitas.

**Conclusões e implicações da investigação:** Este estudo revela-se importante, dado que a indústria do futebol é desejável para investidores, além disso, o estudo é igualmente relevante no desenvolvimento do trabalho de analistas financeiros, onde é fundamental analisar o risco de crédito para a tomada de melhores decisões, por exemplo, na medida do processo de concessão de crédito bancário e na atribuição de pricing adequado ao risco, intimamente relacionado com grau de probabilidade de incumprimento.

**Originalidade:** Globalmente a literatura sobre risco de crédito na indústria do futebol é escassa, além disso não existia nenhuma investigação sobre esta temática onde a amostra em estudo incide única e exclusivamente sobre os clubes de futebol portugueses.

**Palavras-chave:** Finanças, indústria do futebol, risco de crédito, probabilidade de incumprimento, liga portuguesa de futebol profissional.

## Referências

- Barajas, Á., & Rodríguez, P. (2010). Spanish football clubs' finances: Crisis and player salaries. *International Journal of Sport Finance*, 5(1), 52–66.
- Hosmer, D. W., Lemeshow, S. (2000). *Applied logistic regression* (Wiley Series in probability and statistics). Wiley-Interscience Publication. ISBN: 0471356328
- Faria, V. (2000). O Futebol no limiar do Milénio: Um Desporto, um Negócio, ou ambas as coisas? In V. Faria, F. Sobral, F. Tenreiro, J. Couceiro, A. Carraça, S. Marivoet, A. Cordeiro, V. Perestrelo, P. Lourenço, P. Reis, S. Machado, M. Pereira, & C. Cruz (Eds.), *O Negócio Emergente do Futebol Português* (pp. 15–18). Vida Económica - Conferforum.
- Franck, E. (2018). European Club Football after “Five Treatments” with Financial Fair Play—Time for an Assessment. *International Journal of Financial Studies*, 6(4), 97. <https://doi.org/10.3390/ijfs6040097>
- Szymanski, S. (2012). Insolvency in English professional football: Irrational Exuberance or Negative Shocks? 12, 1–36.

## ANÁLISE DA RELAÇÃO ENTRE A LIDERANÇA SERVIDORA E A CRIATIVIDADE: O PAPEL DA MOTIVAÇÃO INTRÍNSECA E DO *JOB CRAFTING* (#43)

RITA PASSADAS

ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa | Portugal | vitor\_hugo\_silva@iscte-iul.pt\*

Vítor Hugo Silva\*

\**corresponding author*

**Objetivos:** A comunicação analisa o papel mediador da motivação intrínseca e do job crafting enquanto processo psicológico subjacente à relação entre a liderança servidora e a criatividade.

**Fundamentação teórica:** A criatividade está fortemente relacionada com o sucesso e a adaptabilidade das organizações. Neste sentido, é fundamental compreender a natureza dos fatores individuais e de contexto promotores da criatividade no trabalho (Yoshida et al., 2014). A liderança é um fenómeno da vida organizacional com impacto na criatividade dos trabalhadores (Liden et al., 2014). Especificamente, a liderança servidora conceptualiza o líder como alguém genuinamente focado no bem-estar e desenvolvimento dos liderados (Sendjaya, 2015) e que procura criar um clima de segurança facilitador da criatividade (Yoshida et al., 2014). Em resultado, aspetos como a motivação intrínseca (Deci & Ryan, 2008) e uma maior propensão para redesenhar os processos de trabalho (job crafting; Tims et al., 2014) ao serem incrementados parecem afetar positivamente a adoção de comportamentos criativos. O presente estudo propõe a análise da motivação intrínseca e do job crafting enquanto processo psicológico subjacente à relação entre a liderança servidora e a criatividade.

**Metodologia:** Trata-se de um estudo de natureza correlacional. A amostra não probabilística e de conveniência constituída por 174 trabalhadores de várias organizações. Foi disponibilizado um inquérito online com questões relativas às variáveis de interesse, uma variável marcadora tendo em vista a análise dos efeitos do método comum e questões de natureza sociodemográfica. No instrumento foram igualmente incluídas informações sobre consentimento, anonimato dos participantes e confidencialidade dos dados recolhidos.

**Resultados e discussão:** Todas as variáveis apresentam índices de consistência interna aceitáveis ( $\alpha$ s > 0.73) e apresentam entre si correlações positivas e moderadas ou correlações baixas. A variável marcadora não se encontra correlacionada com as variáveis de interesse (exceto no que respeita à variável critério;  $r = .22$ ) permitindo afirmar que, apesar da recolha de dados ter ocorrido num único momento e através de apenas um instrumento, os resultados parecem não ser afetados pela variância do método comum. Para testar o modelo proposto recorreu-se à análise de uma mediação sequencial via Macro Process, modelo 6. Os resultados obtidos sugerem que a motivação intrínseca não parece ser afetada pela liderança servidora. Este resultado poderá dever-se à abrangência limitada do instrumento utilizado bem como à fraca variabilidade das respostas dos participantes ( $M = 3$ ,  $DP < 1$ ). Contudo, no que respeita ao job crafting, é possível observar que a relação entre a liderança servidora e criatividade é totalmente mediada pela propensão individual para redesenhar ou adaptar os processos de trabalho tendo em vista a melhoria da qualidade das tarefas. Este resultado parece estar relacionado com a estimulação das capacidades dos seguidores, i.e., líderes servidores fornecem a confiança e a autonomia necessária para que estes se envolvam em comportamentos de job crafting (Liden et al., 2014) e em consequência mais predispostos para os comportamentos de criatividade.

**Conclusões e implicações da investigação:** As conclusões deste estudo permitem-nos conjugar a importância da criatividade, considerada uma vantagem competitiva organizacional, com um estilo de liderança que destaca o bem-estar e o desenvolvimento dos seus seguidores. Demonstra a utilidade prática da liderança servidora nas organizações. O presente estudo contribui ainda para a exploração de mecanismos de mediação desta relação, o que é apontado por Liden e colaboradores (2014) como significativo e necessário. Em termos práticos, os resultados obtidos reforçam a necessidade da promoção da autonomia dos trabalhadores.

**Originalidade:** O presente estudo procura analisar o papel de um estilo de liderança positiva no incremento e desenvolvimento da produtividade e inovação e oferece uma perspetiva concreta sobre alguns dos processos psicológicos que determinam a relação entre liderança servidora e criatividade.

**Palavras-chave:** liderança servidora, motivação intrínseca, *job crafting*, criatividade.

## Referências

- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2008). Facilitating optimal motivation and psychological well-being across life's domains. *Canadian Psychology/Psychologie Canadienne*, 49(1), 14–23. <https://doi.org/10.1037/0708-5591.49.1.14>
- Liden, R. C., Wayne, S. J., Liao, C., & Meuser, J. D. (2014). Servant leadership and serving culture: Influence on individual and unit performance. *Academy of Management Journal*, 57(5), 1434–1452. <https://doi.org/10.5465/amj.2013.0034>
- Sendjaya, S. (2015). *Personal and organizational excellence through servant leadership: Learning to serve, serving to lead, leading to transform*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-16196-9>
- Tims, M., Bakker, B.A. & Derks, D. (2014). Daily job crafting and the self-efficacy – performance relationship. *Journal of Managerial Psychology*, 29(5), 490-507. <https://doi.org/10.1108/JMP-05-2012-0148>
- Yoshida, D. T., Sendjaya, S., Hirst, G., & Cooper, B. (2014). Does servant leadership foster creativity and innovation? A multi-level mediation study of identification and prototypicality. *Journal of Business Research*, 67(7), 1395–1404. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.08.013>



**Objetivos:** O crescimento em flecha da incerteza e dos riscos de conjunturas económicas desfavoráveis, como a decorrente da pandemia do SARS-Cov-2, da Crise Energética e da Guerra na Europa, levam as empresas a adaptar os seus modelos de negócio para uma necessária resposta ao mercado.

O presente estudo pretendeu compreender como é desenvolvida a governação das pequenas empresas familiares (PEFS) numa ótica de fornecedor-cliente. Este relacionamento é investigado no contexto específico da economia portuguesa e, para o efeito, foram recolhidos dados de campo que permitem analisar como a gestão de processos da cadeia de fornecimento pode contribuir para o desenvolvimento de padrões de competitividade e para a orientação global dessas empresas para o mercado.

**Fundamentação teórica:** As empresas familiares são uma realidade económica multidimensional em expansão global e historicamente resilientes, com baixa imunidade a choques ocasionais, cuja sobrevivência e desempenho são influenciados por fatores distintos. Numa ótica de fornecedor/cliente, a gestão integrada do abastecimento é suscetível de impactar atividades em que a diversidade de fluxos e a dependência desses inputs é muito significativa, como é o caso da maioria das atividades ligadas às indústrias das PEFS (Maloni et al., 2017). O desafio da governação neste tipo de empresas é um tema crítico para a sua sustentabilidade futura (Steier et al., 2015), assim como a orientação para o mercado, que resulta da exigência normal dos negócios, derivada da competição (Morgan et al., 2009). A Logística integrada como processo transversal de ligação ao cliente é um elemento determinante da estratégia global destas empresas (Bielecki & Galińska, 2017).

**Metodologia:** Este trabalho foi precedido de uma revisão e análise documental nas principais bases de referência, ao nível científico. Os dados primários foram recolhidos com recurso a um questionário, com escalas previamente validadas, junto de uma amostra de 61 PEFS da região sul de Portugal, cuja atividade económica consiste na produção ou comercialização de produtos, passíveis de serem classificados como inventários. O modelo de investigação foi testado através da análise de equações estruturais.

**Resultados e discussão:** Os resultados permitiram encontrar suporte empírico para apurar a influência entre as práticas de gestão da cadeia de fornecimento, os padrões de competitividade e a governação das micro e pequenas empresas de capital familiar. Os valores obtidos estão em linha com o exposto na literatura, nomeadamente por Karagöz & Akün (2015) referirem que uma estratégia de compromisso com o mercado, assente em boas práticas de gestão do canal logístico, poderá proporcionar um padrão de sustentabilidade organizacional.

**Conclusões e implicações da investigação:** O presente trabalho, que se debruçou sobre uma tipologia de empresas muito significativa ao nível regional, procurou acrescentar valor à comunidade académica e decisores empresariais, reforçando o conhecimento sobre o processo transversal de integração logística com a ligação ao cliente e a governança empresarial das micro e pequenas empresas familiares. O trabalho empírico realizado permitiu confirmar o eixo central da investigação, que equacionava a influência da gestão da cadeia de fornecimento no desenvolvimento de padrões de competitividade e na capacidade de resposta destas empresas ao mercado.

**Originalidade:** A originalidade do tema prende-se com o facto de não serem abundantes as investigações e os estudos desenvolvidos ao nível da integração logística nas micro, pequenas e médias empresas familiares.

**Palavras-chave:** Integração Logística, Empresas Familiares, Governação e Mercado.

## Referências

- Bielecki, M. & Galińska, B. (2017). Total logistics management concept and principles in manufacturing enterprise. *Business Logistics in Modern Management*.
- Karagöz, I. B., & Akgün, A. E. (2015). The roles of it capability and organizational culture on logistics capability and firm performance. *Journal of Business Studies Quarterly*, 7(2), 23.
- Maloni, M. J., Hiatt, M. S., & Astrachan, J. H. (2017). Supply management and family business: A review and call for research. *Journal of Purchasing and Supply Management*, 23(2), 123-136.
- Morgan, N. A., Vorhies, D. W., & Mason, C. H. (2009). Market orientation, marketing capabilities, and firm performance. *Strategic Management Journal*, 30(8), 909-920.
- Steier, L. P., Chrisman, J. J., & Chua, J. H. (2015). Governance challenges in family businesses and business families. *Entrepreneurship theory and practice*, 39(6), 1265-1280.

**Objetivos:** A economia mundial atravessa um período difícil fruto da conjuntura imposta pela pandemia COVID19, pelo que perceber o estado financeiro das empresas revela-se essencial. Os desempenhos das bolsas servem como um importante barómetro do sentimento económico vivido em cada país, assim como um instrumento de avaliação da confiança dos investidores. O presente trabalho pretende avaliar o desempenho e evolução da situação financeira entre 2010 e 2020 das empresas cotadas em Lisboa e Madrid.

**Fundamentação teórica:** Conforme Brealey et al. (2011), a análise financeira pretende avaliar o estado financeiro atual de uma organização e, assim, perceber a sua possível evolução. Para isso, Neves (2012) faz uso de técnicas que permitem interpretar a situação económico-financeira da empresa, transformando os dados das demonstrações financeiras em informação útil. Revela-se como uma das principais ferramentas para avaliar a sustentabilidade de uma empresa, isto é, a maximização do seu valor permitindo a sua continuidade (Hediger, 2010).

**Metodologia:** O quadro teórico desta investigação foi elaborado através da recolha dos indicadores tradicionalmente utilizados na análise económico-financeira, em concreto, rácios financeiros. A análise univariável passa principalmente pela construção de indicadores de Liquidez, Endividamento e Estrutura de Capital, Risco, Rendibilidade, Funcionamento e de Valor de Mercado. Serão também aplicados os modelos de análise multivariável identificados como mais eficientes para cada sector. Através da base de dados SABI da Bureau van Dijk, foi selecionada uma amostra das empresas cotadas em Lisboa e Madrid, com informação financeira disponível no período de 2010 a 2020. Foi também recolhida a informação financeira das Empresas Médias Setoriais. Seguidamente, foi efetuado o cálculo dos indicadores identificados e elaborada uma análise comparativa e evolutiva entre as entidades selecionadas.

**Resultados e discussão:** Este trabalho pretende avaliar as empresas da amostra em 6 áreas relacionando-as, através dos indicadores da análise univariável e dos modelos da análise multivariável, de forma a perceber a sua evolução e estado. A eficiência com que a empresa usa os seus recursos e a sua capacidade em gerar resultados são essenciais para o crescimento. Conforme Vasconcelos et al. (2019), observa-se que um sistema de gestão focado na criação de valor para o acionista leva a um melhor desempenho económico-financeiro e valorização de mercado. O desempenho bolsista é crucial para captação de investimento e consequente desenvolvimento da atividade das empresas. Após a avaliação destes fatores, pretende-se concluir em qual das bolsas as empresas apresentam melhores condições financeiras e de atratividade para os investidores, procurando observar de que forma o mercado as está a avaliar, ou por outras palavras, se numa delas as empresas se encontram sub ou sobrevalorizadas em relação à outra.

**Conclusões e implicações da investigação:** Através de uma análise setorial e do cenário macroeconómico dos dois países, este trabalho pretenderá avaliar os efeitos da crise de 2010 e oferecer uma visão acerca do estado económico-financeiro dos setores das empresas consideradas na amostra e a sua comparação com os dados setoriais publicados nos dois países.

**Originalidade:** Após a pesquisa, não foi encontrado um trabalho com o mesmo tema e horizonte temporal. Porém, foram encontrados trabalhos com temas semelhantes que seguiam, globalmente, a metodologia descrita.

**Palavras-chave:** Análise Financeira; Bolsa de valores; Desempenho; Criação de Valor.

## Referências

- Brealey, R. A., Myers, S. C., & Allen, F. (2011). *Principles of Corporate Finance* (10th ed.). McGraw-Hill ISBN 9780071314176.
- Hediger, W. (2010). Welfare and capital-theoretic foundations of corporate social responsibility and corporate sustainability. *The Journal of Socio-Economics*, 39(4), 518–526.  
<https://doi.org/10.1016/j.socec.2010.02.001>
- Neves, J. C. (2012). *Análise e Relato Financeiro - Uma Visão Integrada de Gestão* (10a). Texto Editores ISBN 9789724743264.
- Vasconcelos, J., Peres, C., & Antão, M. (2019). Criação de Valor, Risco de Crédito e Pricing. *European Journal of Applied Business Management*, 5(1), 50–72.  
[https://www.researchgate.net/publication/332104817\\_Criacao\\_de\\_Valor\\_Risco\\_de\\_Credito\\_e\\_Pricing\\_-\\_Aspetos\\_Fundamentais](https://www.researchgate.net/publication/332104817_Criacao_de_Valor_Risco_de_Credito_e_Pricing_-_Aspetos_Fundamentais)



UNIVERSIDADE DO ALGARVE  
ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO, HOTELARIA E TURISMO

### **Faro**

Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo

E-mail: [diretoresght@ualg.pt](mailto:diretoresght@ualg.pt)  
<https://esght.ualg.pt/pt>  
Tels. 289 800 136 / 289 800 100

Campus da Penha  
8005-139 Faro

### **Portimão**

Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo

E-mail: [coordenadorptmesght@ualg.pt](mailto:coordenadorptmesght@ualg.pt)  
<https://esght.ualg.pt/pt>  
Tels. 282 417 641 / 282 418 036

Largo Eng<sup>o</sup> Sárrea Prado, n<sup>o</sup> 21  
8501-859 Portimão



**ISCAL**

INSTITUTO SUPERIOR DE CONTABILIDADE  
E ADMINISTRAÇÃO DE LISBOA

### **Lisboa**

Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa

E-mail: [iscal@iscal.ipl.pt](mailto:iscal@iscal.ipl.pt)  
<https://www.iscal.ipl.pt/>

Tel: 217 984 500

Avenida Miguel Bombarda, 20  
1069 - 035 Lisboa

## Apoios

